90/95后 年轻人 酒水

2020年轻人群酒水消费洞察报告

YOUNG MAN

CBNDATA
第一财经商业数据中心

© 2020 CBNData. All rights reserved.

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

TABLE OF CONTENTS
目录

PART.1 线上酒水市场概览

PART.2 年轻一代酒水消费者洞察

PART.3 年轻人的酒水消费关键词

PART.4 年轻人的酒水消费场景

PART.5 趣味数据

CBNData ID:14053

CHAPTER

ONE

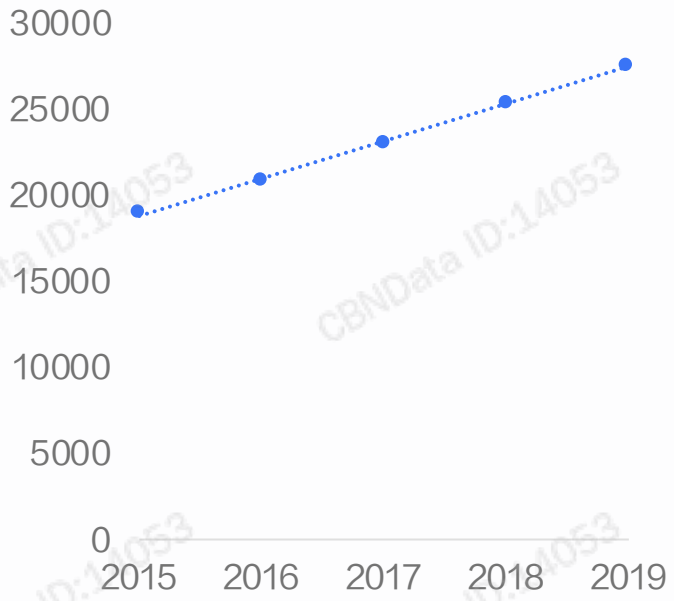
线上酒水市场概览

CBNData ID:14053

线上酒水市场提速扩容，酒水新客涌入市场

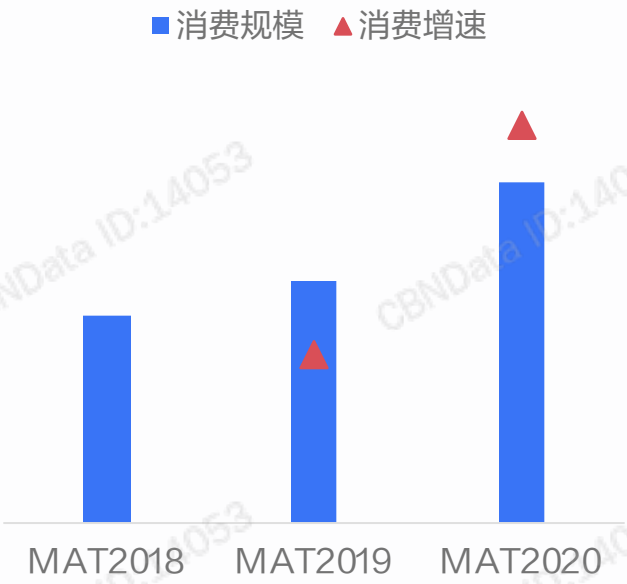
我国拥有悠久的酒水消费历史，随着我国居民消费水平的提升和线上平台的品类拓展，酒水的消费也在不断向线上渗透。从线上酒水消费来看，市场近三年来快速增长，消费人群基数持续高速扩容，酒水新客不断涌入市场，为市场注入增长活力。

2015-2019 居民消费水平(元)



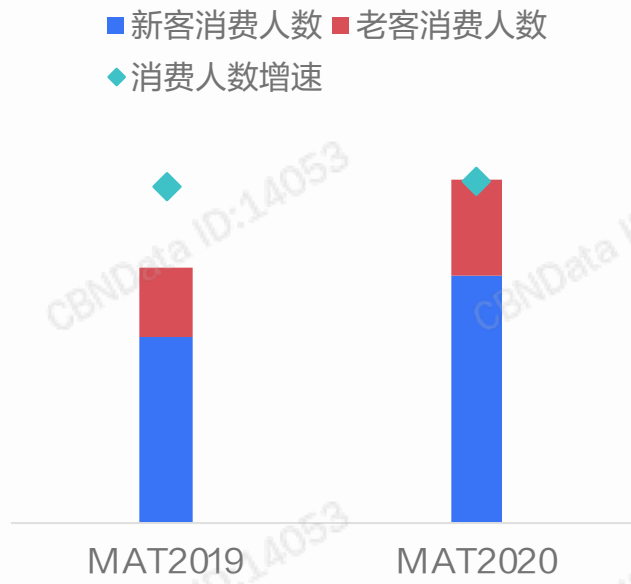
数据来源：国家统计局

MAT2018-MAT2020
线上酒水消费市场趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020
线上酒水消费人数趋势



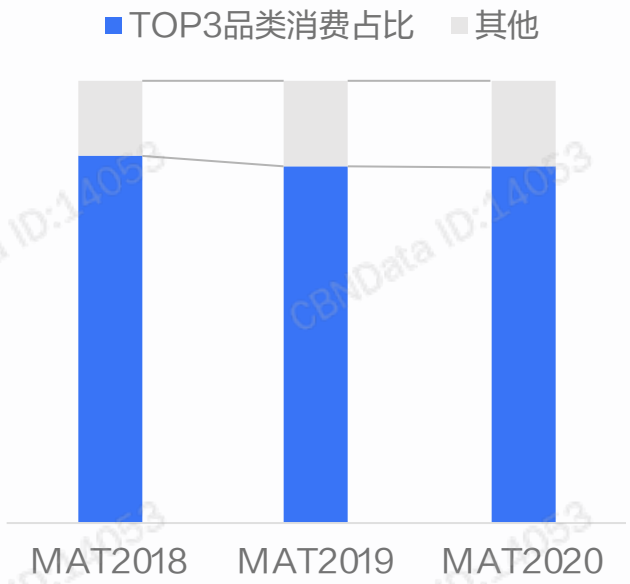
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：前一滚动年内有消费者定义为老客，前一滚动年内无消费者定义为新客

品类格局分化，白酒跃升为受众最广的细分品类

品类多元化发展是酒水行业的关键词，近三年从品类集中度来看，前三位的细分品类（白酒、葡萄酒和洋酒）三者消费规模占比呈下降趋势；近一年来，白酒的受众范围超过了葡萄酒，同时啤酒、洋酒、果酒等品类也在不断渗透。

MAT2018-MAT2020

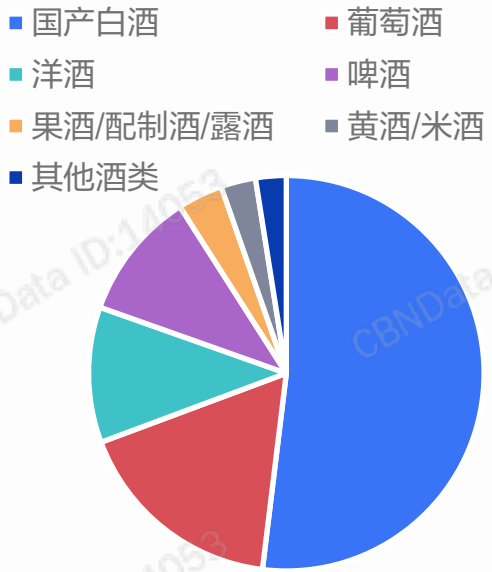
线上酒水品类集中度趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020

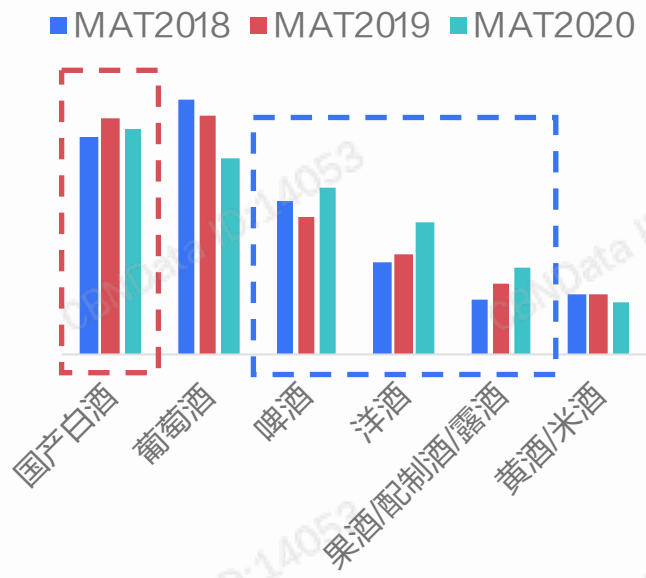
线上酒水各品类消费占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：其他包括清酒、保健食品酒、养生酒等

MAT2018-MAT2020

线上酒水各品类人群渗透情况

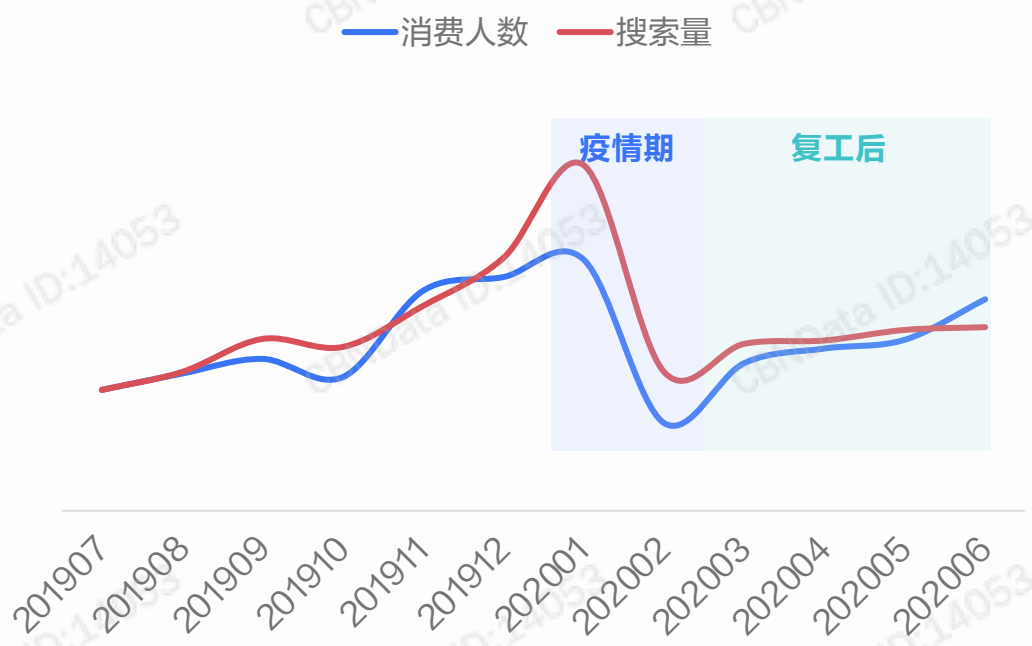


数据来源：CBNData消费大数据

自三月起，线上酒水消费全面复苏

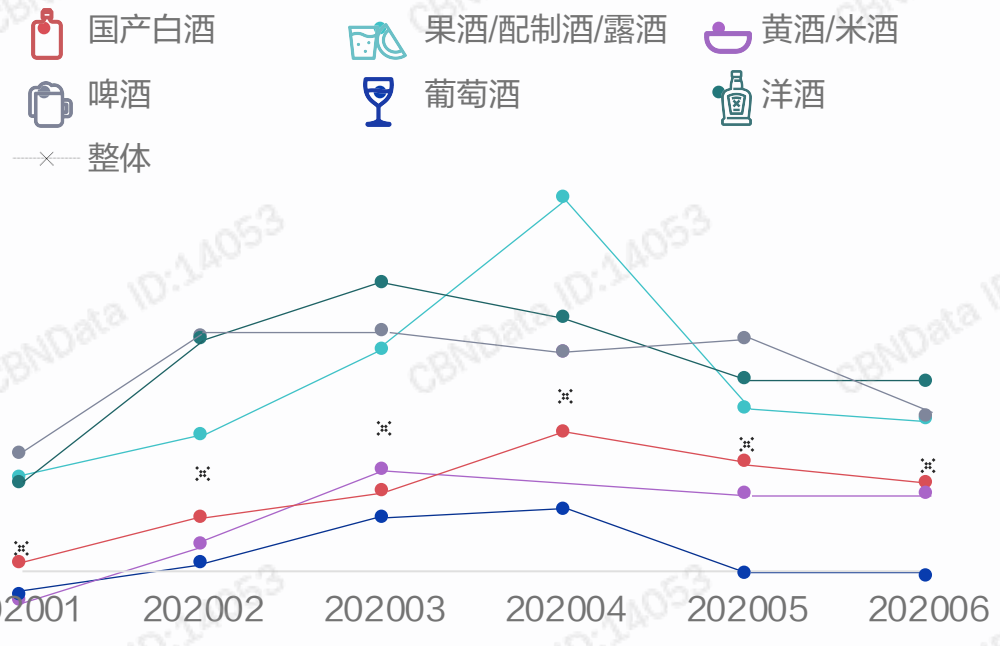
疫情爆发初期消费者对线上酒水的消费热情有所保留，随着复工复产的全面推进，酒水消费也迎来全面的复苏增长；从2020上半年各品类消费人数的同比增长情况来看，洋酒和啤酒的消费热度较高，果酒在四月春天的消费更突出。

MAT2020 线上酒水消费人数及搜索趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：以2019年7月各指标数值作为基准月指数化处理

2020H1 线上酒水消费人数同比增速



数据来源：CBNData消费大数据

CHAPTER

TWO

「人」

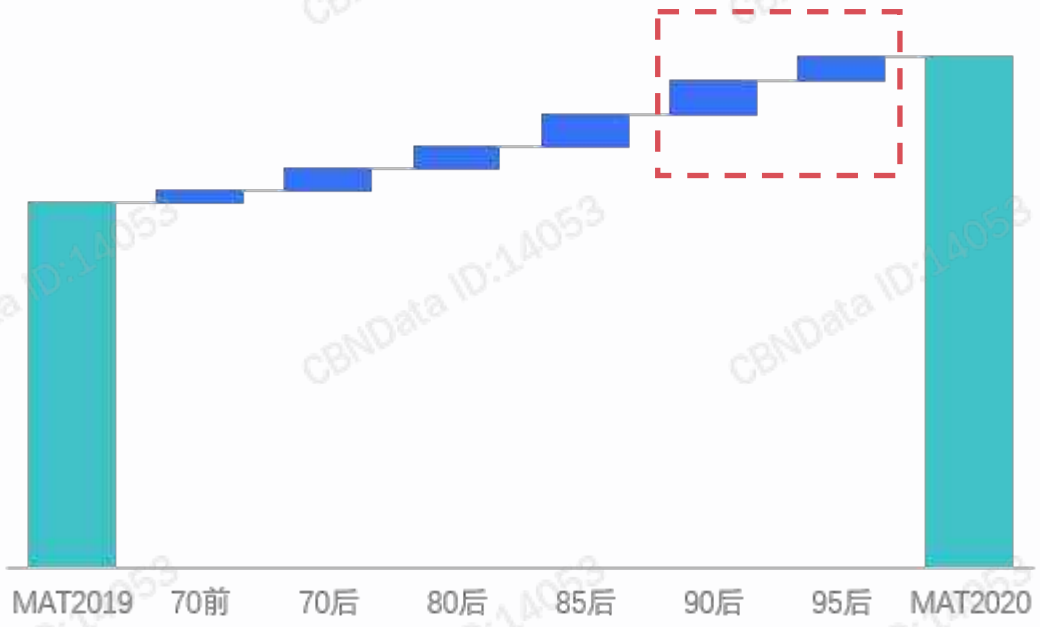
年轻一代酒水消费者洞察

CBNData ID:14053

年轻消费者是酒水市场重要的增长动力

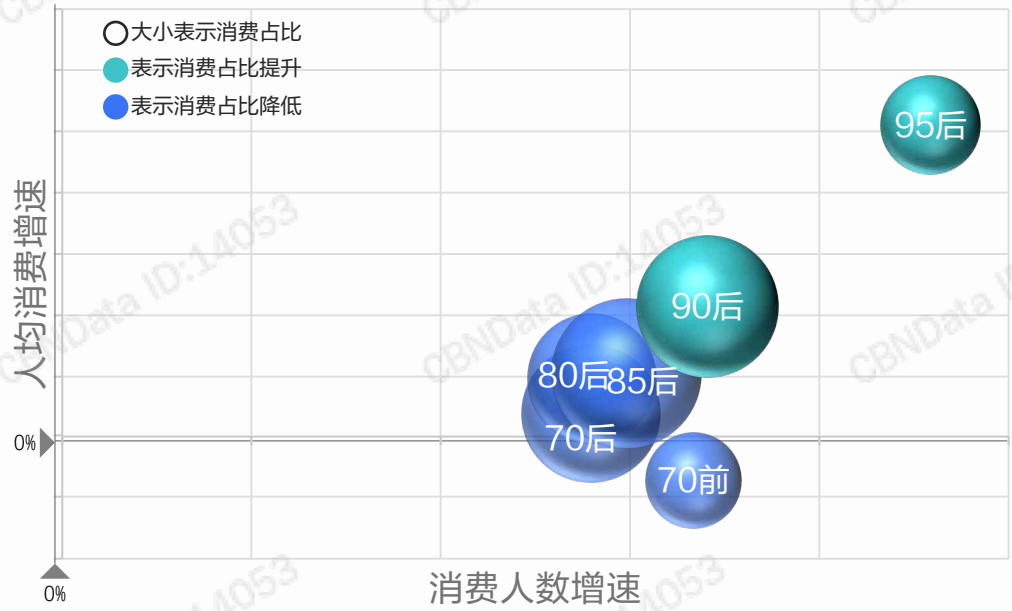
年轻化是酒水市场的重要发展方向，90/95后年轻人的酒水消费增长极具潜力，从消费人数和人均消费水平来看90/95后消费者皆呈现增长趋势，年轻消费者逐渐成为市场消费的主力军。

MAT2020 线上酒水各代际消费增量拆解



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费增量拆解指以各个人群为主体计算其相较前一滚动年的消费增长

MAT2020 线上酒水各代际消费趋势



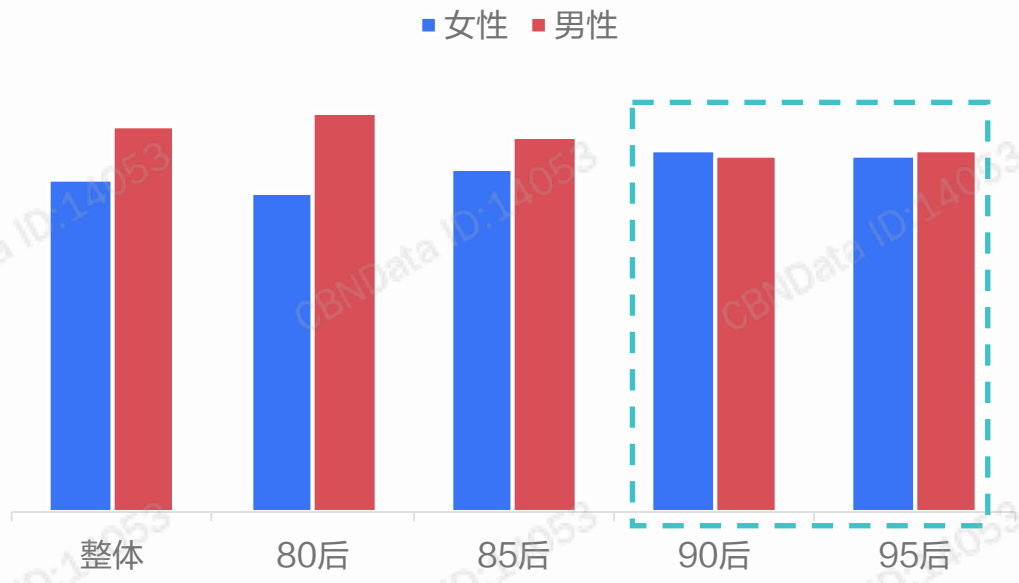
数据来源：CBNData消费大数据

90/95后人群关键词①：不容忽视的她力量

近一年来女性消费者不断融入线上酒水市场，“她力量”在年轻一代酒水消费者中更显著：从整体年龄构成来看，90/95后女性消费者已经占据半壁江山，其中90后女性消费人数超男性。年轻的“她力量”持续发力，90/95后女性人数增速显著高于男性消费者。

MAT2020

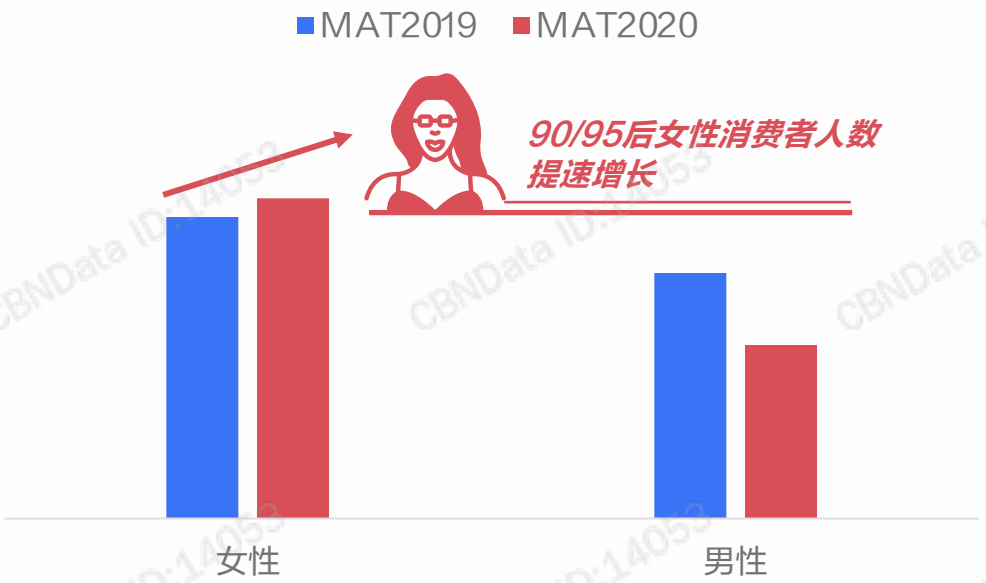
线上酒水各代际不同性别消费人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020

线上酒水90/95后不同性别消费人数增速

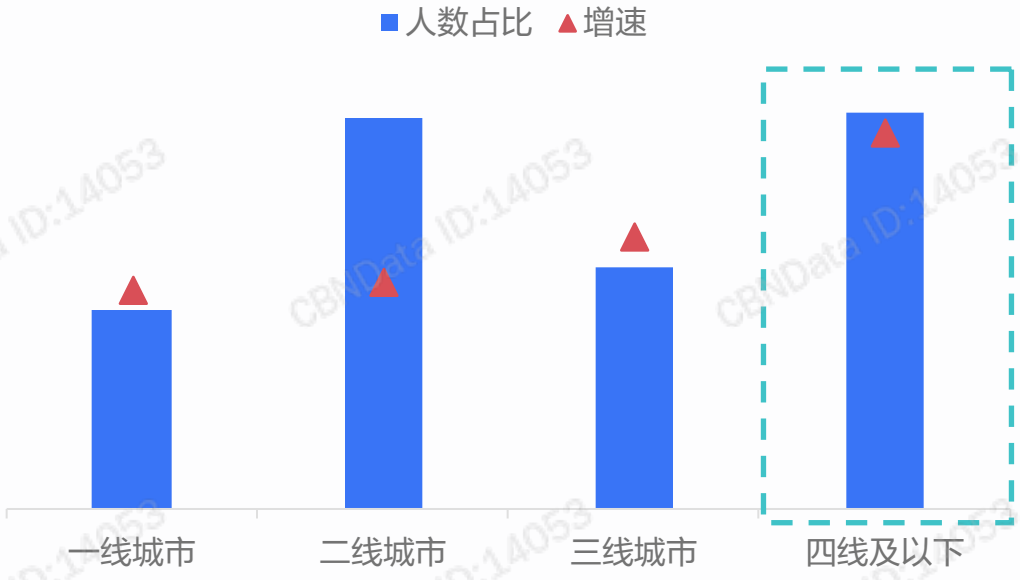


数据来源：CBNData消费大数据

90/95后人群关键词②：消费深度加强的都市年轻人、涌入市场的小镇青年

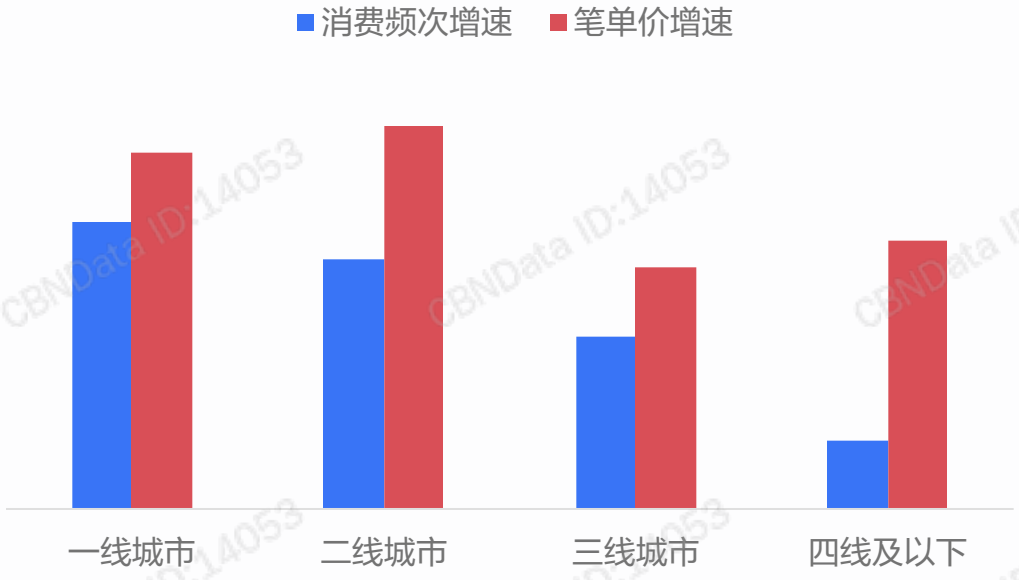
年轻的酒水消费者中，小镇青年是90/95后消费人群的第一大构成，且小镇青年消费人数还在高速增长中；与此同时，都市年轻人的消费还在不断加深，一二线城市90/95后年轻人的酒水消费向高频化、品质化的方向发展。

MAT2020 线上酒水90/95后
各城市线级消费人数分布及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上酒水90/95后
各城市线级人均消费水平趋势

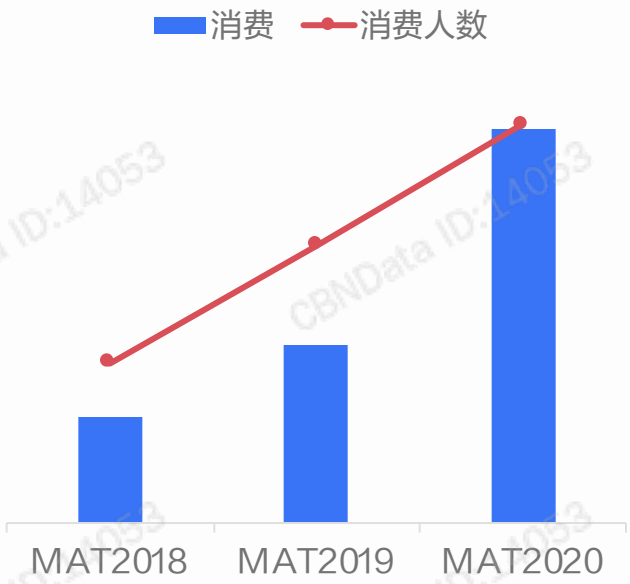


数据来源：CBNData消费大数据

90/95后人群关键词③：高消费水平的高校学子们

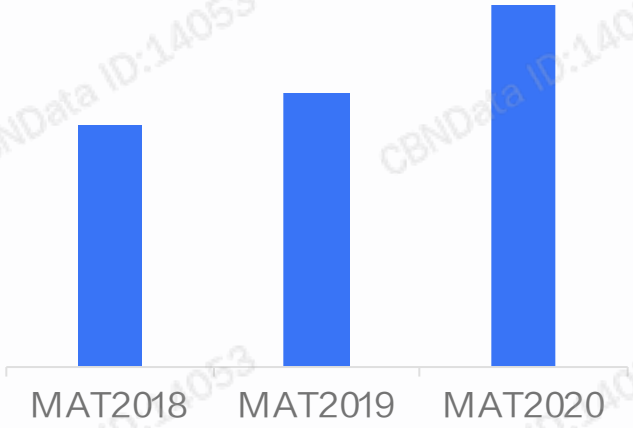
酒水的魅力走进了大学校园，大学生群体也逐渐成为年轻人线上酒水消费的重要力量，身处校园的他们对酒水方面的花费绝不吝啬，大学生的件单价水平正高速提升中，近一年件单价水平超过整体90/95后。

MAT2019-MAT2020 线上酒水90/95后大学生消费趋势



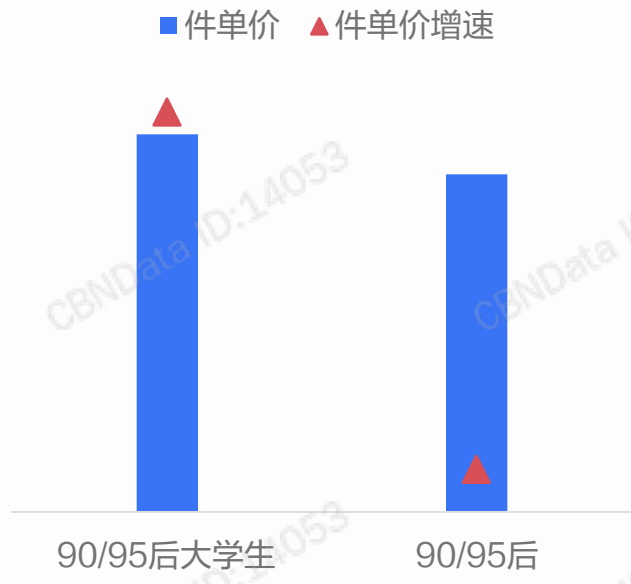
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020 线上酒水90/95后大学生消费占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：大学生消费占比指90/95后学生族消费/90/95后消费

MAT2019-MAT2020 线上酒水90/95后大学生件单水平趋势



数据来源：CBNData消费大数据

CHAPTER

THREE

「货」

年轻人的酒水消费关键词

CBNData ID:14053

年轻人酒水消费关键词

CBNData ID:14053

01

年轻人的酒水消费关键词

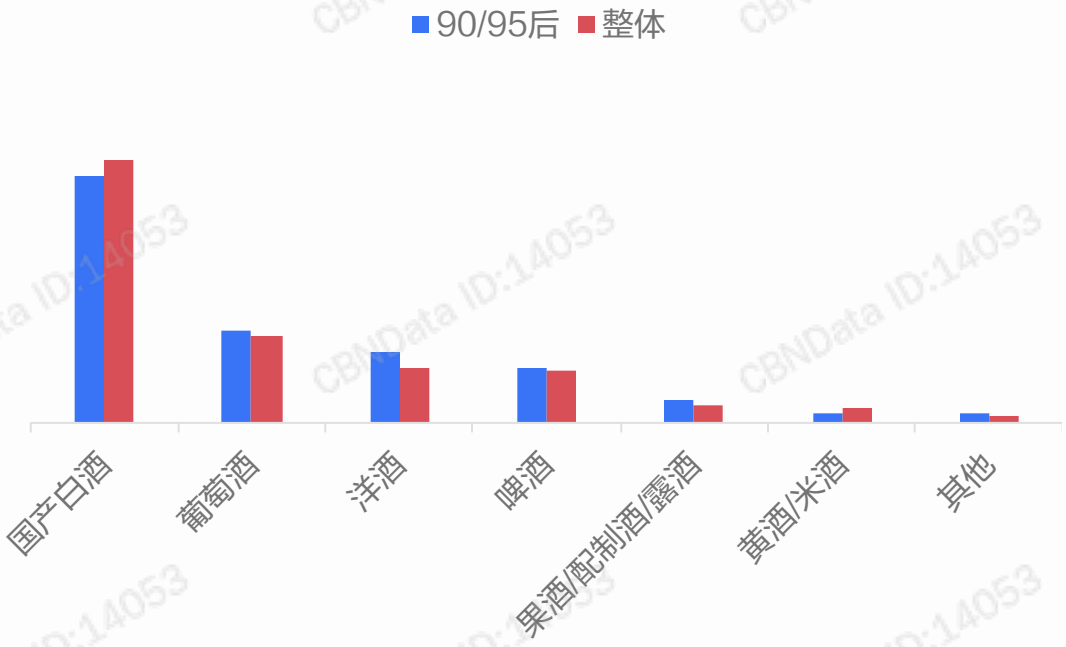
多元细分

CBNData ID:14053

尝试无边界，年轻人在酒水的美妙世界中尽情探索

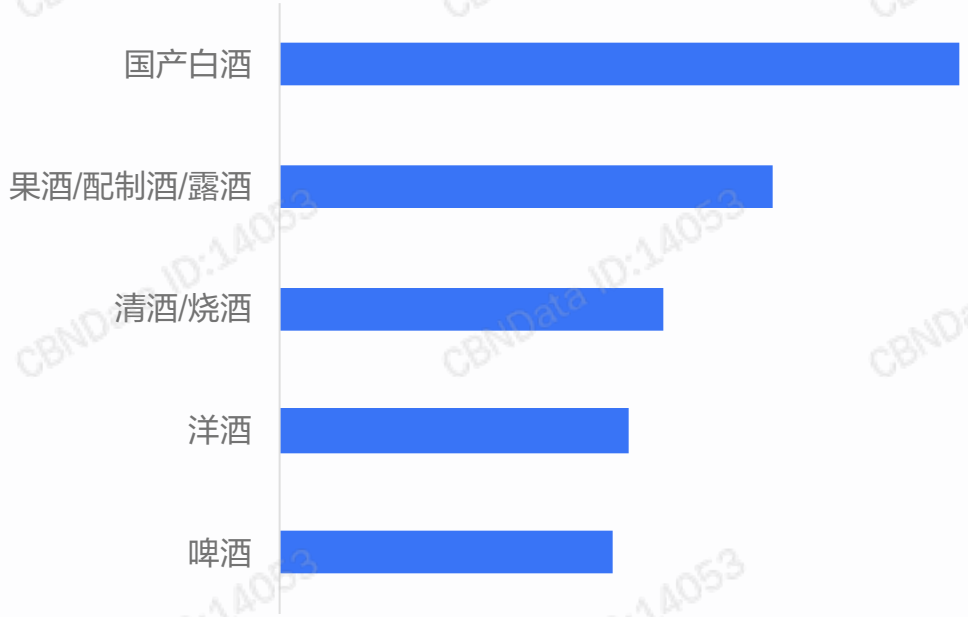
年轻人的酒水消费丰富多元，白酒、葡萄酒和洋酒是年轻人酒水单的前三位品类；除了中国传统白酒外，年轻人也在尝试多样的酒水品类，具有亚洲韵味的清酒和果酒、欧美特色的洋酒近一年来都受到了年轻酒水探索家们的追捧。

MAT2020 线上酒水90/95后各品类消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上酒水90/95后消费增速TOP5品类

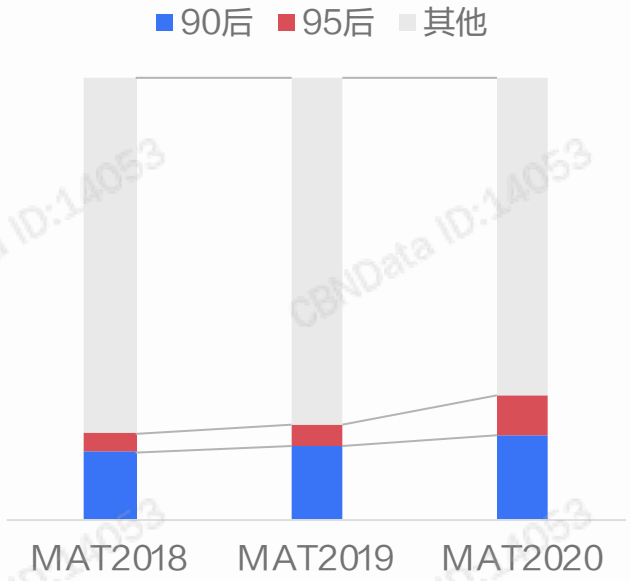


数据来源：CBNData消费大数据

年轻的酒水客是白酒市场中新鲜的增长动力

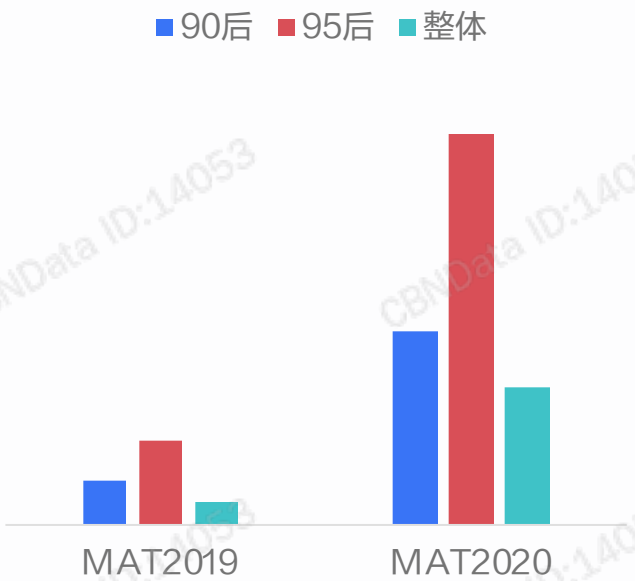
虽说年轻消费者的白酒消费占比不及年长者，但是近一年来90/95后是白酒市场中极具潜力的消费客群，年轻客群不断涌入白酒市场，同时他们的人均消费水平也在不断提升，90后人均消费已超整体水平、95后正“提速追赶”。

MAT2018-MAT2020
线上白酒90/95后消费占比



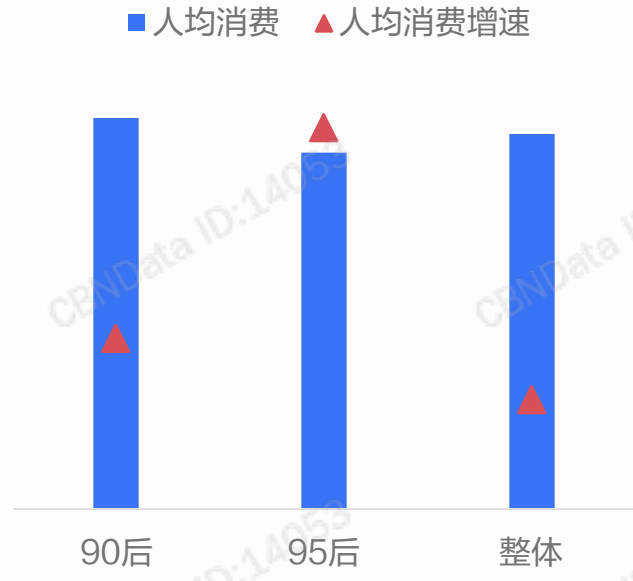
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020
线上白酒90/95后消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020
线上白酒90/95后人均消费趋势

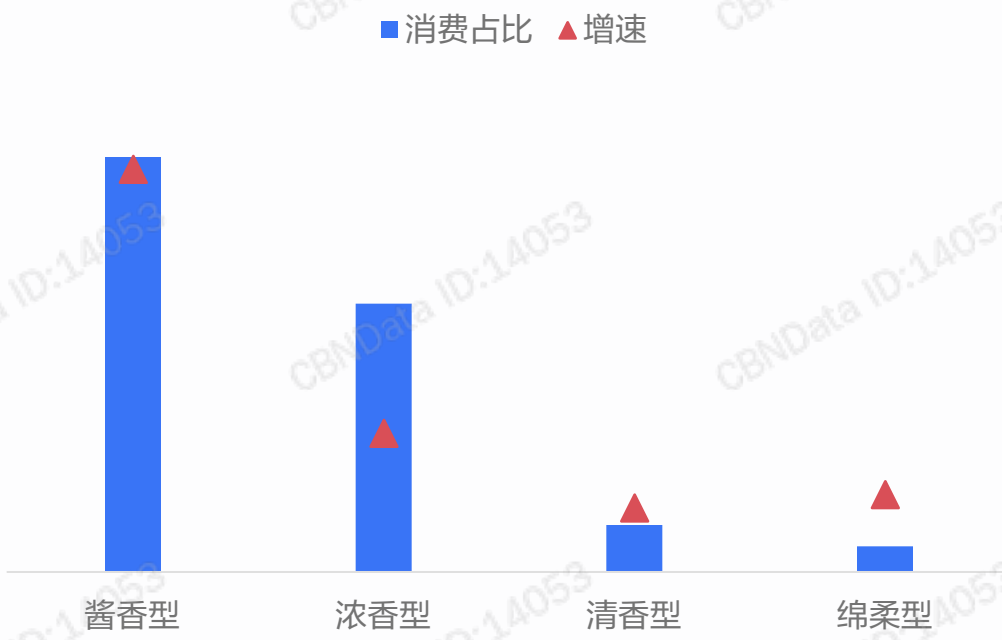


数据来源：CBNData消费大数据

品酒口味分化，各区域有着自己的白酒香型偏好

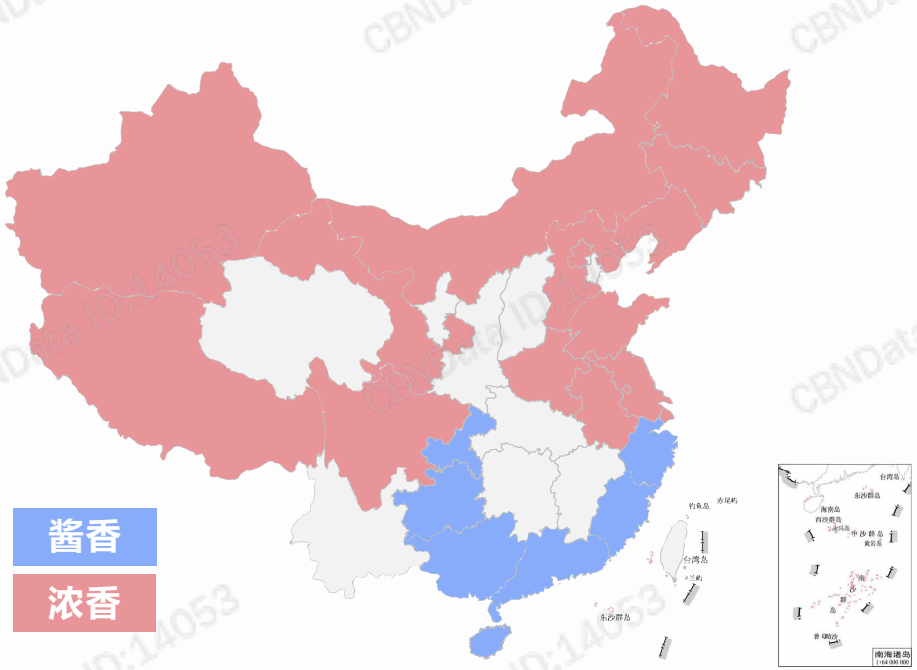
酱香型和浓香型是最为经典的两种白酒香型，近年来也是受到年轻消费者的喜爱，消费增速领先；各个地区的年轻白酒消费者有着不同的香型偏好，南方地区偏爱酱香，北方地区年轻人偏好浓香白酒。

MAT2020 线上各香型白酒90/95后消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上白酒各地区90/95后酱香/浓香消费偏好



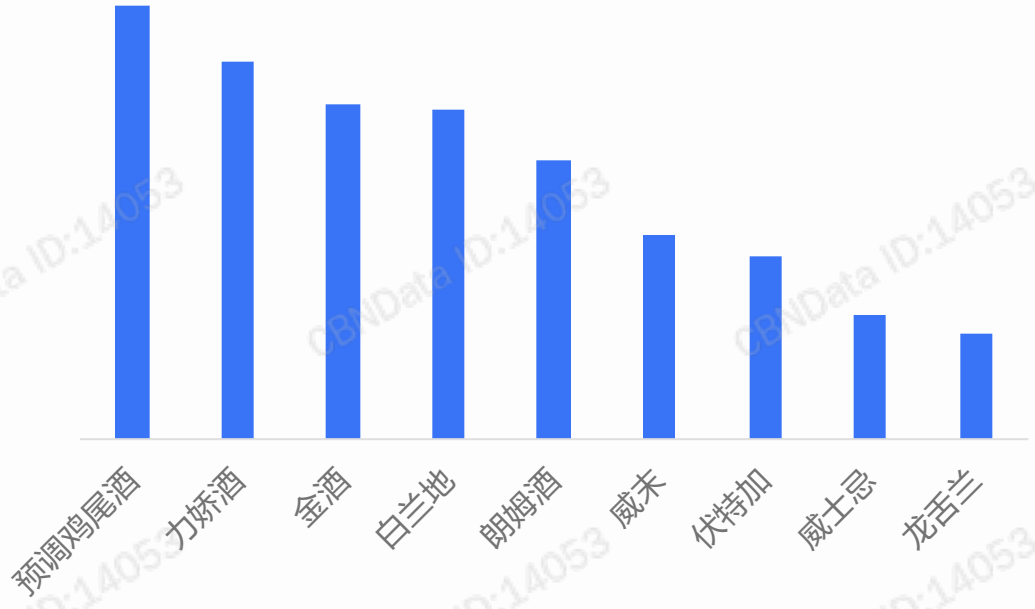
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：偏好以TGI计算，偏好度以TGI计算， TGI=某省份某香型消费占比/该香型在整体的消费占比-1；地图中选取偏好度高于5%的省份进行标记

重视口感层次，蕴含多重口味的细分品类受欢迎

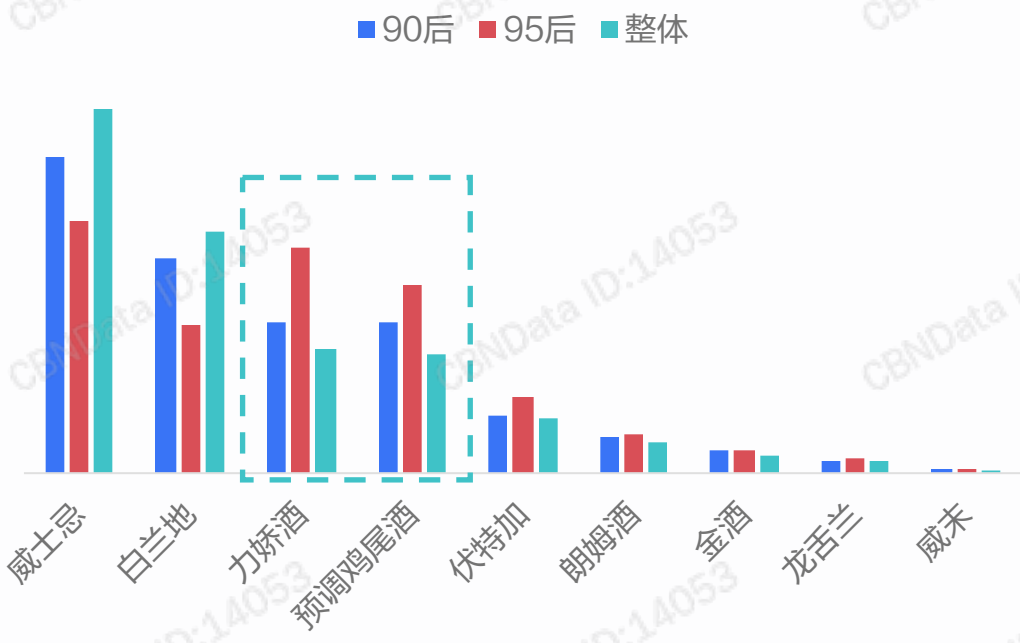
威士忌和白兰地是洋酒消费的主要品类，而年轻人近年来尤其欣赏蕴含丰富口味层次的酒水，从90/95后的消费占比可以看出，力娇酒、预调鸡尾酒这两款融合了多样口味的洋酒尤其受到了年轻人的偏爱，其消费热度仍呈上升趋势。

MAT2020 线上各品类洋酒90/95后消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上各品类洋酒90/95后消费占比

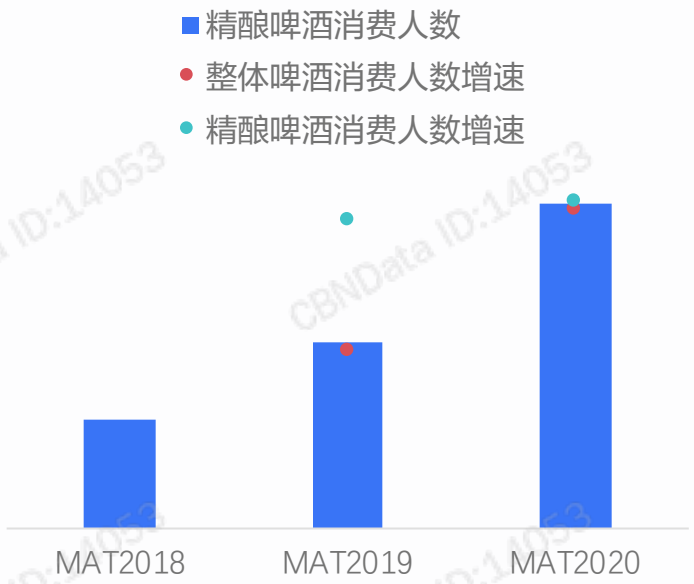


数据来源：CBNData消费大数据

品类精化细分，年轻人引领精酿风尚

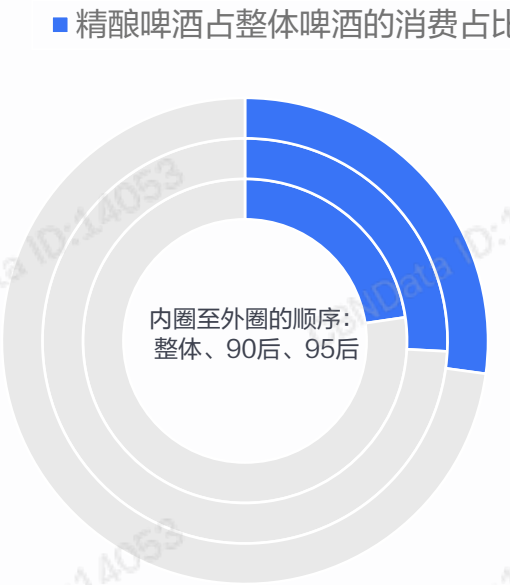
线上精酿啤酒近年来消费热度高，精酿啤酒消费人数增速超整体啤酒行业；精酿啤酒尤其受到了90/95后消费者的喜爱，年轻的啤酒爱好者为了精致的体验更慷慨，精酿啤酒的单笔消费水平更高。

MAT2018-MAT2020 线上精酿啤酒90/95后消费人数趋势



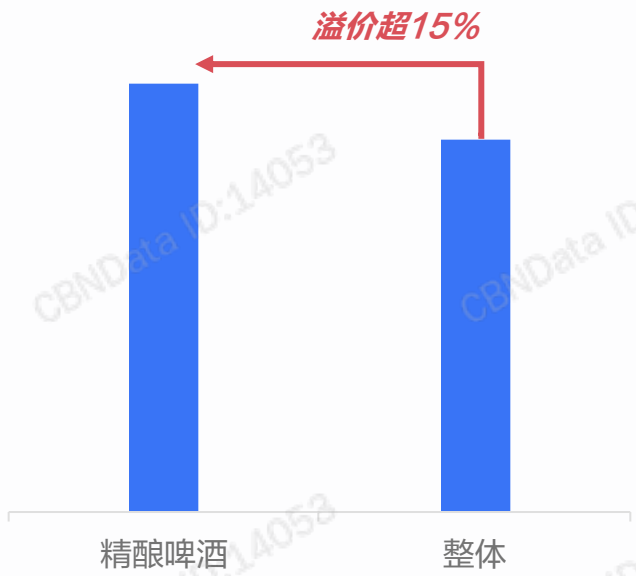
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：精酿啤酒定义为商品标题内带有精酿的产品

MAT2018-MAT2020 线上精酿啤酒消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上精酿啤酒90/95后单笔消费水平



数据来源：CBNData消费大数据

02

年轻人的酒水消费关键词

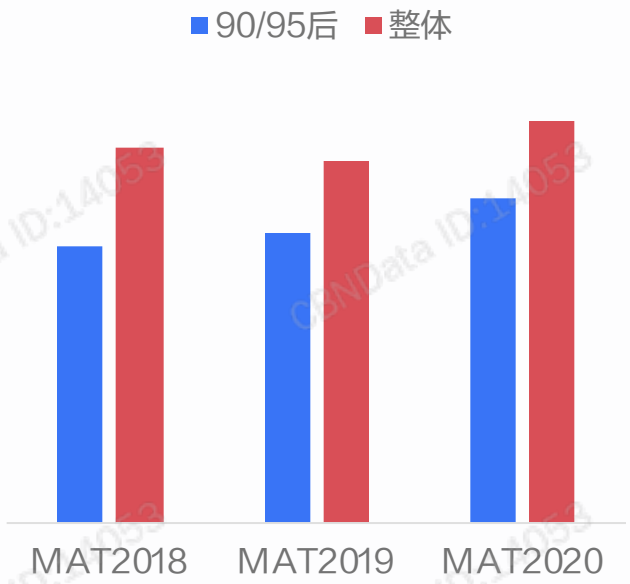
新潮尝新

CBNData ID:14053

品酒亦是体验品牌格调的过程，年轻的酒水探索家们有着新潮个性的尝试

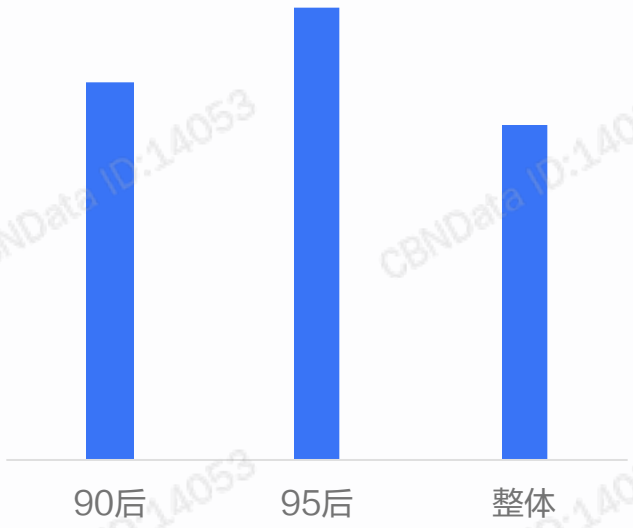
随着众多新品牌加入酒水市场，酒水市场的品牌选择边界不断被拓宽；一些具个性、颜值和时尚感的小众品牌逐渐走入大众的消费视角，酒水品牌通过产品设计传递出自身品牌的文化格调，吸引着爱尝新的年轻消费者们。

MAT2018-MAT2020
线上酒水90/95后消费品牌数



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费品牌数指市场中产生消费的品牌数量，消费品牌数越高反应的是品牌选择范畴更广

MAT2020 线上酒水90/95后
消费品牌数增速



数据来源：CBNData消费大数据

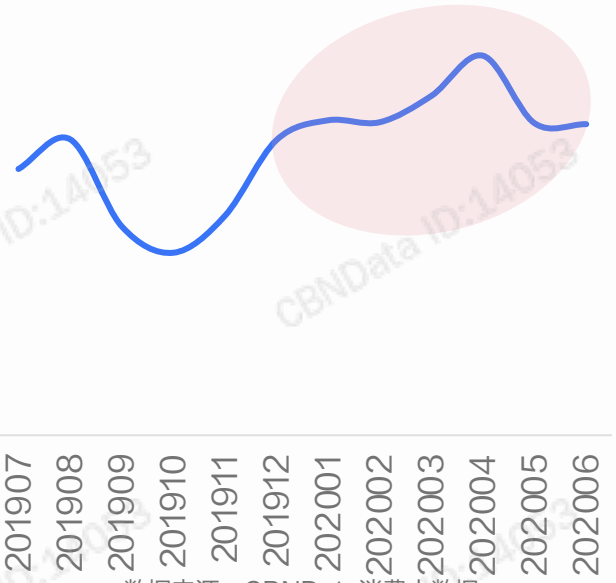
MAT2020 线上酒水90/95后
偏好品牌举例

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：选取90/95后品牌规模占比前80%的品牌进行偏好度计算，偏好度=90/95后品牌消费占比/整体品牌消费占比-1

受社媒和影视带货的影响，酒水市场不断“走红”

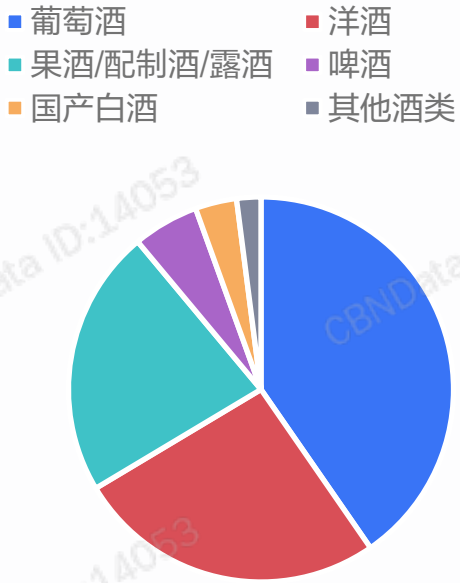
网红酒的市场热度似乎并没有受到疫情的影响，自今年年初以来，网红酒相关搜索量持续走高，受社交媒体、KOL和影视作品带货的影响，网红葡萄酒、洋酒等品类受到年轻市场的关注。

MAT2020 线上网红酒水90/95后搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：网红酒水相关搜索指搜索词包括网红|抖音|同款|爆款，以2019年7月搜索量指标数值作为基准月指数化处理

MAT2020 线上网红酒水各品类消费占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：网红酒水指商品标题包括网红|抖音|同款|爆款

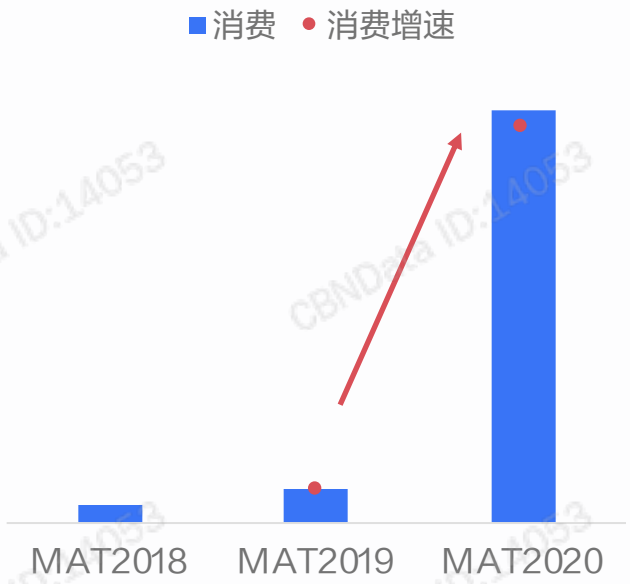
MAT2020 线上网红酒水90/95后搜索词举例

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云大小取决于搜索词的相关搜索量

创意联名层出不穷，演绎酒水市场的风潮和趣味

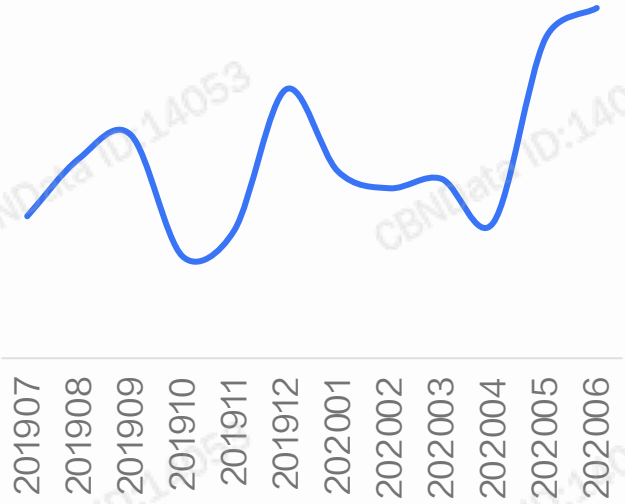
伴随着联名文化的延伸和渗透，联名合作已经成为了酒水品类极为常见的营销方式：近一年来众多酒水品牌持续创意出击，打造联名爆款，受到了年轻一代的喜爱。

MAT2018-MAT2020
线上联名酒水90/95后消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上联名酒水
90/95后搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：以2019年7月搜索量指标数值作为基准月指数化处理

MAT2020 线上联名酒水90/95后
搜索热度

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云大小取决于搜索词的相关搜索量，词云包括同款、联名、合作相关的搜索词，切词后呈现

破界碰撞灵感诞生，联名合作方式多样、联名产品花样百出

酒水市场的联名合作不断破壁，酒水与各行各业产生灵感创意，将潮流的新玩法、新喝法带入市场，进一步助力酒水市场年轻化发展。另一方面，酒水联名也在不断加深，除了引入IP，酒水品牌也在不断尝试，与品牌合作推出双方产品礼盒互补渗透，或者将自身作为IP介入合作产品都是酒水联名的合作方式。

酒水引入IP

酒水品牌×影视作品

JOHNNIE WALKER X HBO

冰与火之歌全球限量酒款

将权力的游戏两大家族的对立风格，融入到酒水口感和瓶身的设计中。

酒水品牌IP

酒水品牌×雪糕品牌

钟薛高X泸州老窖

断片雪糕

泸州老窖与钟薛高将浓香型白酒与雪糕进行融合，推出“断片”雪糕。

酒水品牌IP

酒水品牌×电子品牌

Absolute 绝对 X G-SHOCK

伏特加联名款手表

联名款手表表带印有绝对伏特加官方logo，表盒设计也引用伏特加瓶身设计。

联名组合

酒水品牌×饮料品牌

醉鹅娘 X 元气森林

“夏日·醉元气”限量礼盒

一款醉鹅娘品牌荔枝味清酒搭配元气森林气泡水，联名组合成限量礼盒。

联名组合

酒水品牌×美妆品牌

泸州老窖 X 花西子

桃花醉联名礼盒（蜜粉+果酒+美人镜）

国潮美妆与经典白酒品牌推出了主打东方韵味的“桃花醉”产品礼盒。

数据来源：整理自互联网公开资料

联名组合

酒水品牌×服饰品牌

百龄坛 X 范特西

联名限定款及限量联名潮 T

推出线下联名展示区，展示联名限定款威士忌及限量联名潮 T，将经典酒水与潮流相融合。

03

年轻人的酒水消费关键词

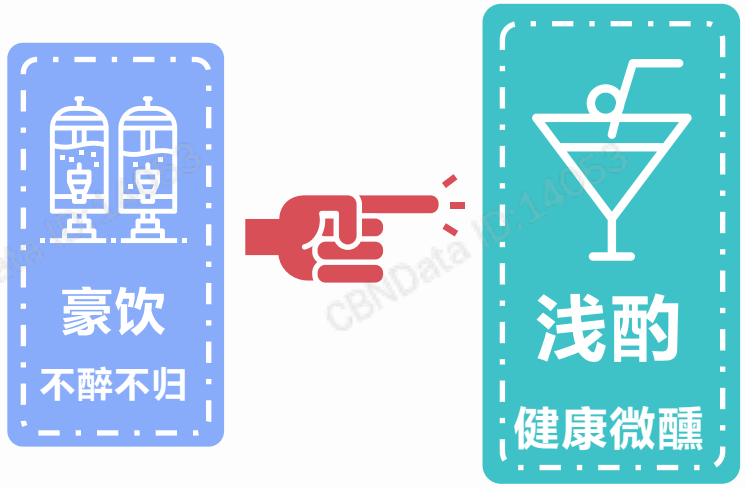
健康微醺

CBNData ID:14053

大众的饮酒观念更加理性，浅酌相伴更健康

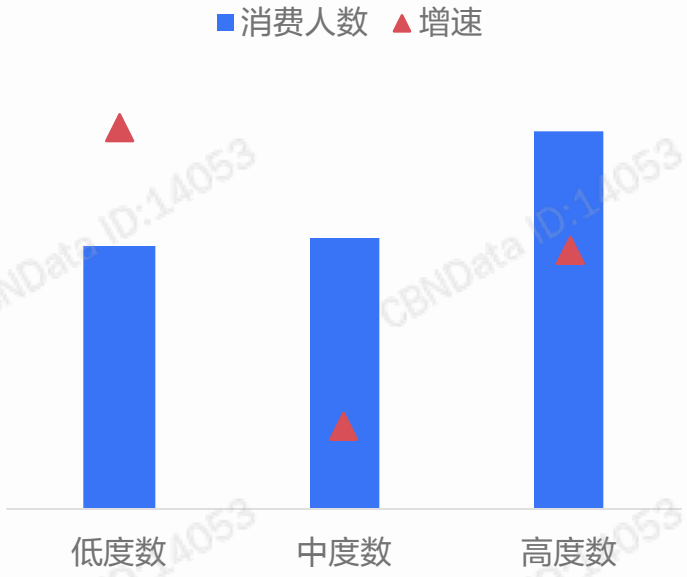
近年来随着大众对自身健康关注度对提升，大众的饮酒观念也在发生变化：从以往酒桌上“不醉不归”、“一醉方休”的酒桌文化发展到如今更为理性的“适量饮酒”、“健康微醺”。从酒水消费人数来看，高度酒的市场依然庞大，高度酒有着自己固有的忠实消费者们，同时健康化的低度数酒水受到市场的欢迎，消费人数呈高速增长态势。

当代人饮酒观念转变



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020 线上酒水
各度数品类消费人数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

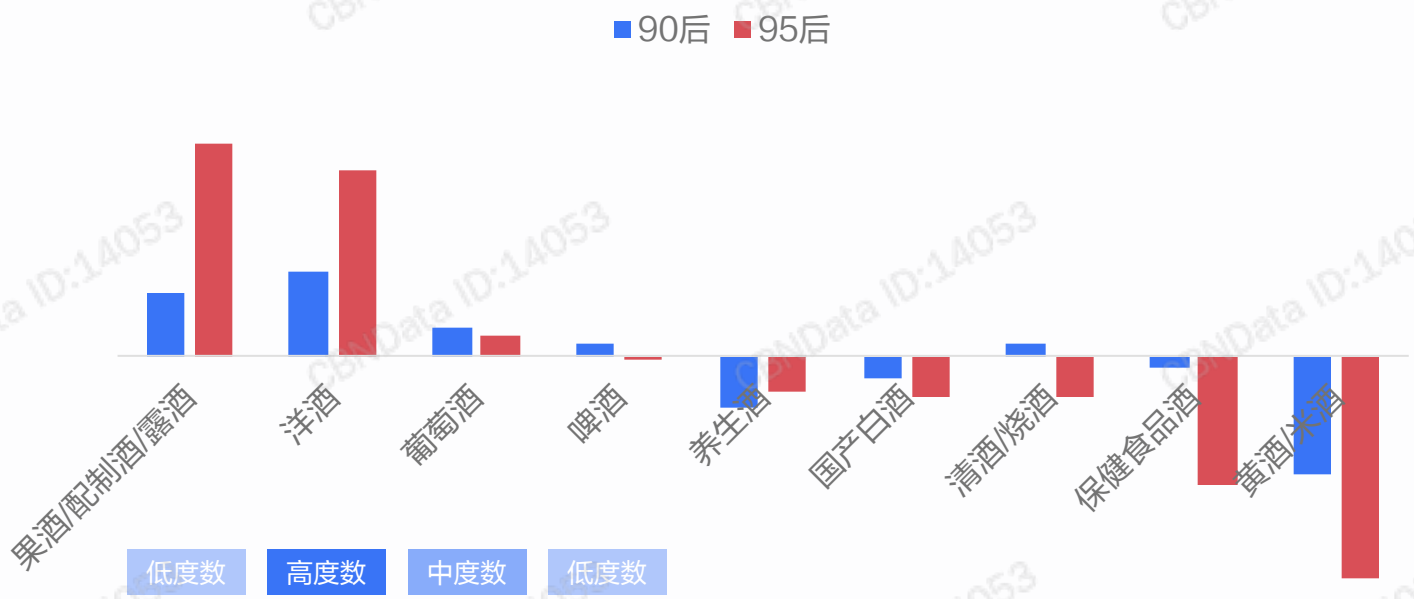
各度数酒水品类分类举例

数据来源：CBNData消费大数据

微醺小酌是年轻一代“自我治愈”的良方

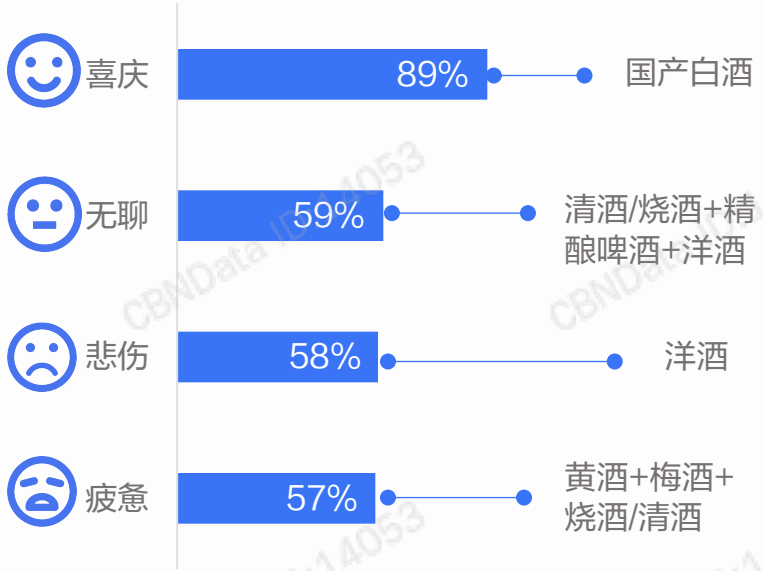
年轻消费者引领健康微醺热潮，对低度数酒水偏爱有加，果酒、葡萄酒、啤酒这几类低度数酒也受年轻人偏爱，洋酒是年轻人偏爱的高度数酒。饮酒不仅是助兴，梅酒、清酒、洋酒等酒水小酌伴随着年轻人们无聊、悲伤、疲惫等情绪，是生活陪伴的一部分。

MAT2020 线上酒水90/95后各品类消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：偏好度以TGI计算，TGI=某人群某品类消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

不同情绪场景下选择喝酒的比例及其酒水偏好

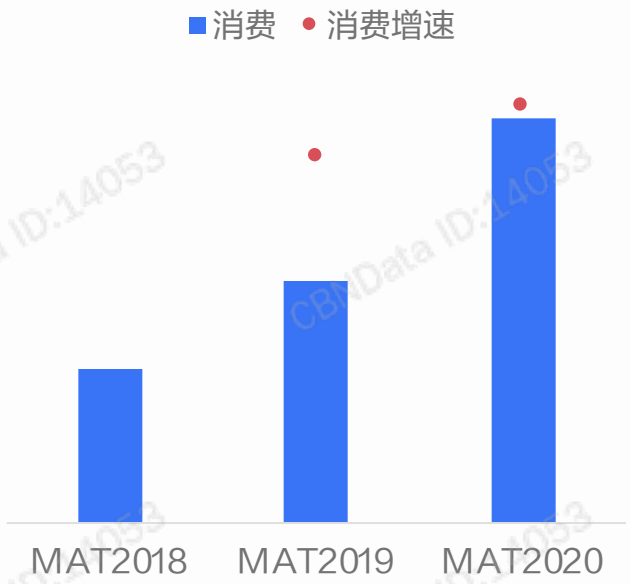


数据来源：阿里妈妈《零食&酒水行业消费趋势解密》

低醇化趋势下，酒水与饮料间边界逐渐模糊化，更多人能感知到酒水的魅力

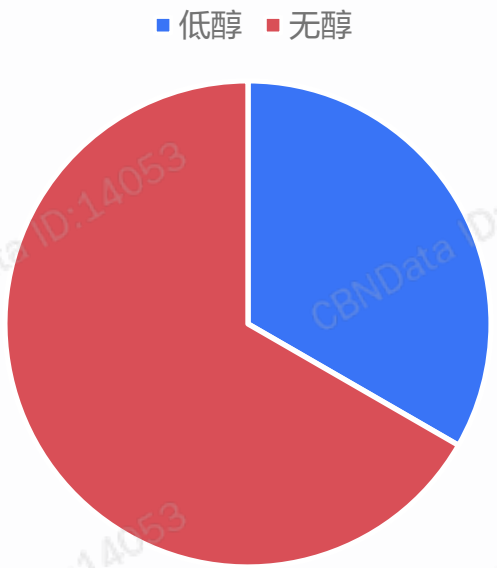
低醇/无醇啤酒指低酒精度啤酒（通常酒精度在0.5%-2.5%称为低醇，小于0.5%称为无醇），近两年低醇/无醇啤酒在年轻酒水市场中稳定发展，受到了年轻女性以及一些初次尝酒者的喜爱，酒水市场受众进一步扩容。

MAT2018-MAT2020 线上低醇/无醇啤酒90/95后消费趋势



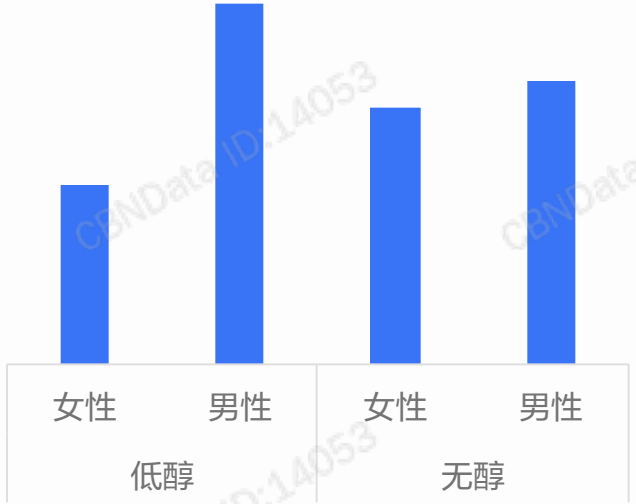
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：低醇、无醇啤酒指商品标题包括无醇、低醇关键词

MAT2020 线上低醇/无醇啤酒90/95后消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上低醇/无醇啤酒90/95后各性别消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

04

年轻人的酒水消费关键词

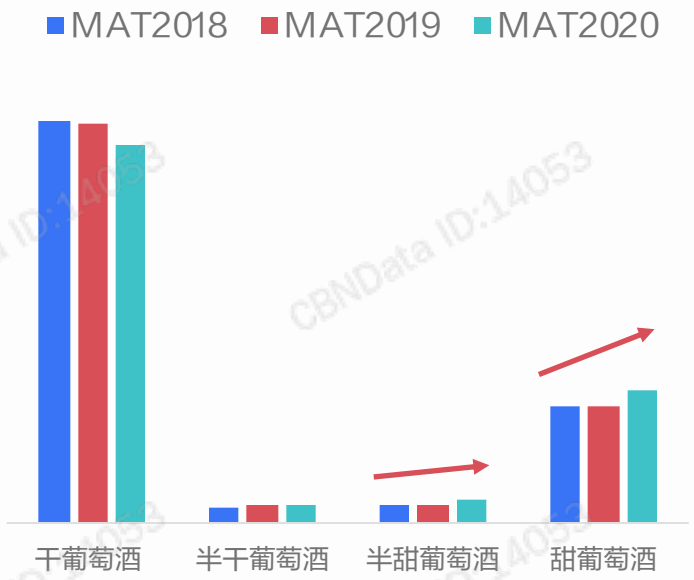
香甜果味

CBNData ID:14053

香甜口味趋势渐长，年轻人钟情柔和的口感

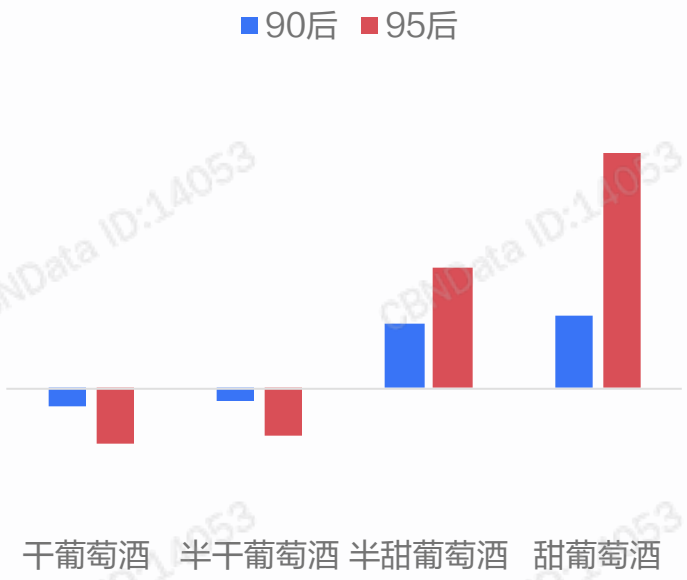
年轻人在品酒上尚处“入门级”，对更容易入口的甜葡萄酒尤其偏爱，随着起泡甜酒、晚安酒、少女酒等概念不断走红，近几年来半甜和甜葡萄酒消费份额不断提升；女性消费者是甜葡萄酒的主力消费军，其中90/95后的女性消费贡献更突出。

MAT2018-MAT2020 线上葡萄酒90/95后各糖分类型消费占比



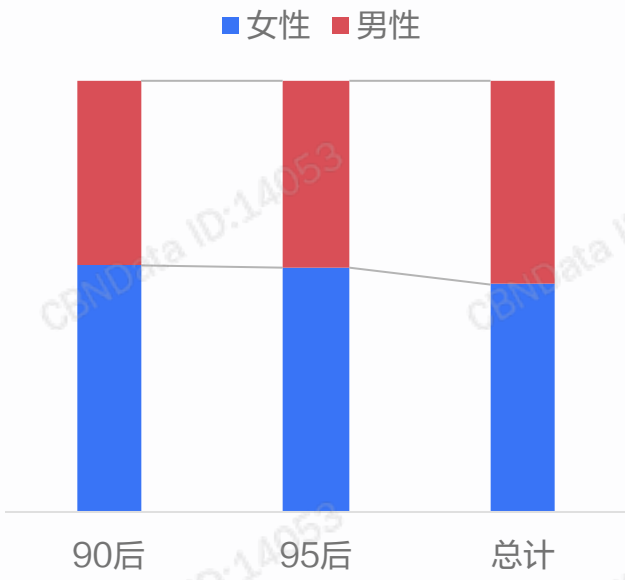
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：干葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒、甜葡萄酒的含糖量分别是小于4,4-12,12-40,大于40克/升

MAT2020 线上葡萄酒90/95后各糖分类型消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：偏好度以TGI计算，TGI=某人群某品类消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

MAT2020 线上甜葡萄酒90/95后各性别消费占比

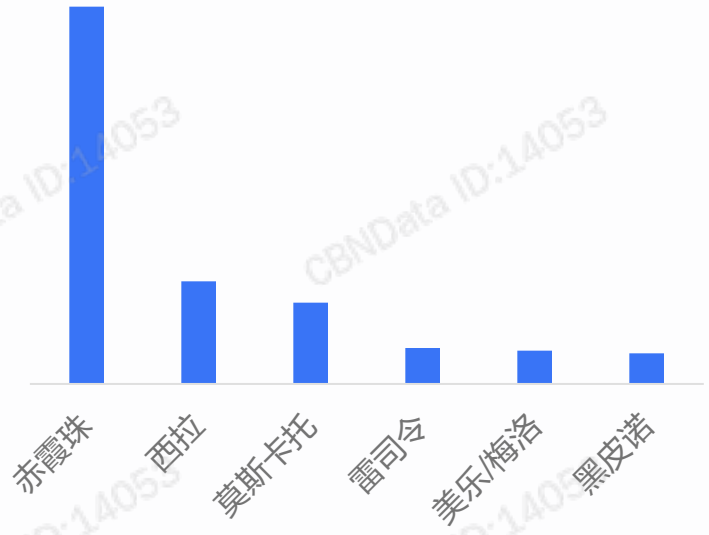


数据来源：CBNData消费大数据

「酒香+果香+果酸」相得益彰，果味酸甜的美酒如今更受年轻人的喜爱

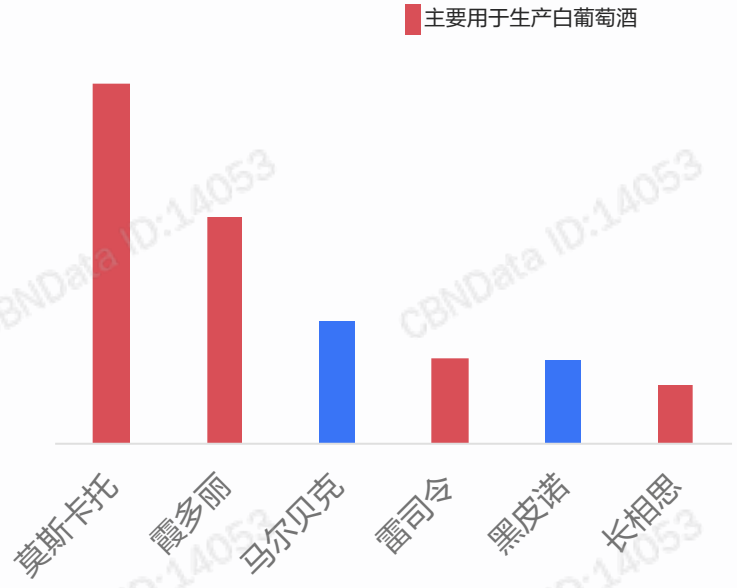
年轻人对葡萄酒的消费以赤霞珠为主，近年来香甜可口的白葡萄酒愈加受到了年轻人的喜爱，口感甘甜、带有明显花香和葡萄香气的起泡莫斯卡托消费热度较高，除此之外果香及果酸浓郁的葡萄种类消费热度也更受年轻人的喜爱。

MAT2020 线上葡萄酒90/95后
葡萄种类消费占比TOP6



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上葡萄酒90/95后
葡萄种类消费增速TOP6



数据来源：CBNData消费大数据

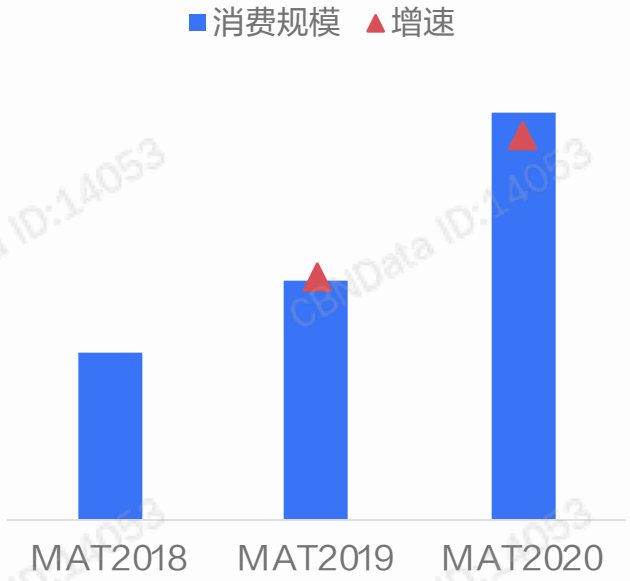
葡萄种类举例

数据来源：整理自互联网公开资料

啤酒加入果味酒阵营，多元果味成为了年轻人啤酒消费的选择

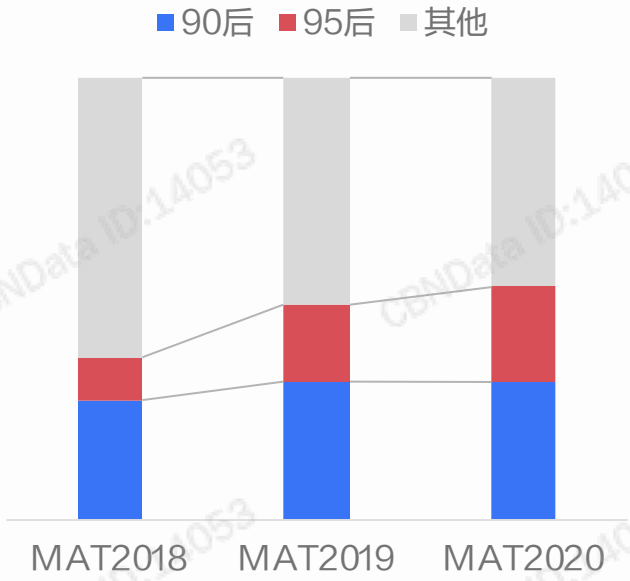
果味啤酒融合了啤酒麦芽香气和水果的果香，香甜的口感更能抓住年轻消费者的味蕾；草莓、玫瑰、桃子等清新的水果汁与啤酒的融合受到了年轻人的喜爱。

MAT2018-MAT2020
线上果味啤酒消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020
线上果味啤各代际消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

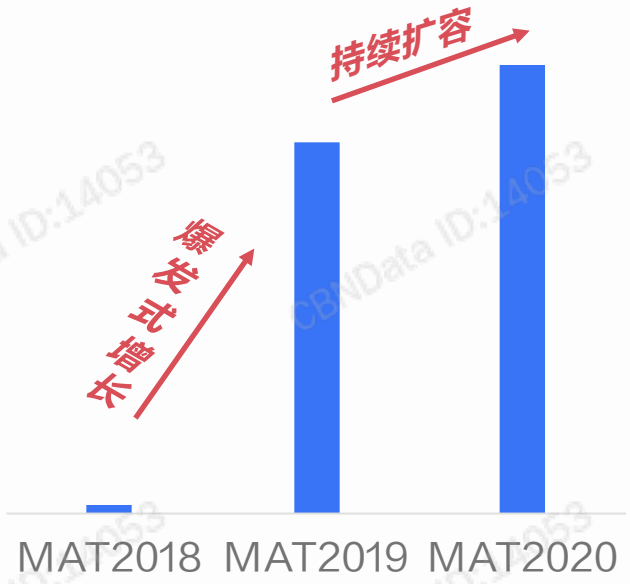
MAT2020 线上酒水90/95后
果味啤酒主流水果消费热度

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云大小取决于消费人数的高低，果味啤酒中有多口味组合的情况，一个商品可能会计入多个口味

果味风潮进一步衍生，传统的中国烈酒也迎来新风味

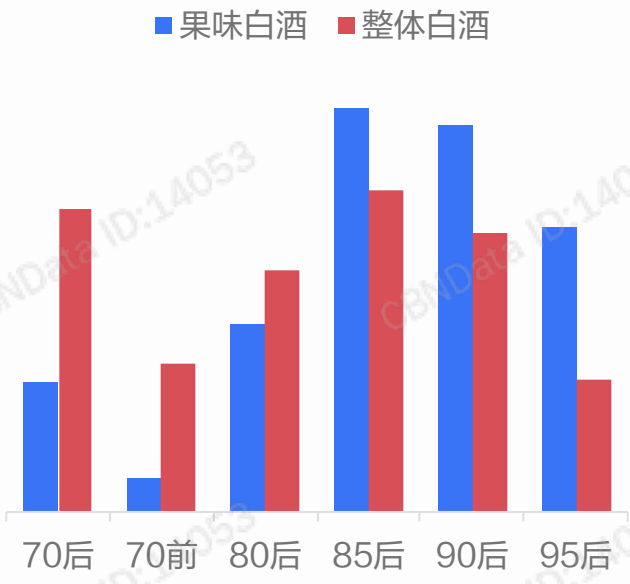
果味在酒饮风味化浪潮中占据主导地位，中国烈酒也开始与水果元素相结合，2018年底江小白推出蜜桃味高粱酒，果味迎合了年轻人的饮酒趋势，果味的加入也帮助白酒品类吸引到更多90/95后年轻人。

MAT2018-MAT2020
线上果味白酒消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020
线上果味白酒各代际消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

线上中国果味烈酒产品举例

图片来源：江小白

“一酒一味”多元风味，果味风潮持续演绎

作为果味风潮先驱者，江小白更是不断摸索年轻人对水果味高粱酒的果味喜好，从2018年的蜜桃味到如今多元口味，江小白将“一酒一味”的理念推向极致。

2018年7月

蜜桃味江小白上市

- 江小白推出蜜桃味产品，获得成功，成为江小白第二大单品，累积销售超过*2500万*瓶。
- 2019年 获*HKIWSC 银奖*。

江小白六种口味618上新

- 6月18日推出白葡萄、混合水果、卡曼橘、水蜜桃、青梅、蓝莓共6种口味，上市产品*两周内5000套限量产品售罄*。
- 限量首发之后陆续上线了*10万*组产品，据江小白统计，收到了用户测评*99%*的好评反馈。

2020年618

2020年9月

江小白果立方蓄势待发

- 2020年9月水果味的江小白“果立方”产品正式全国面世，为低度酒饮爱好者，提供一款优质平价的*水果高粱酒*。

数据来源：江小白

CHAPTER

FOUR

「场」

年轻人的酒水消费场景

CBNData ID:14053

01

年轻人的酒水消费场景

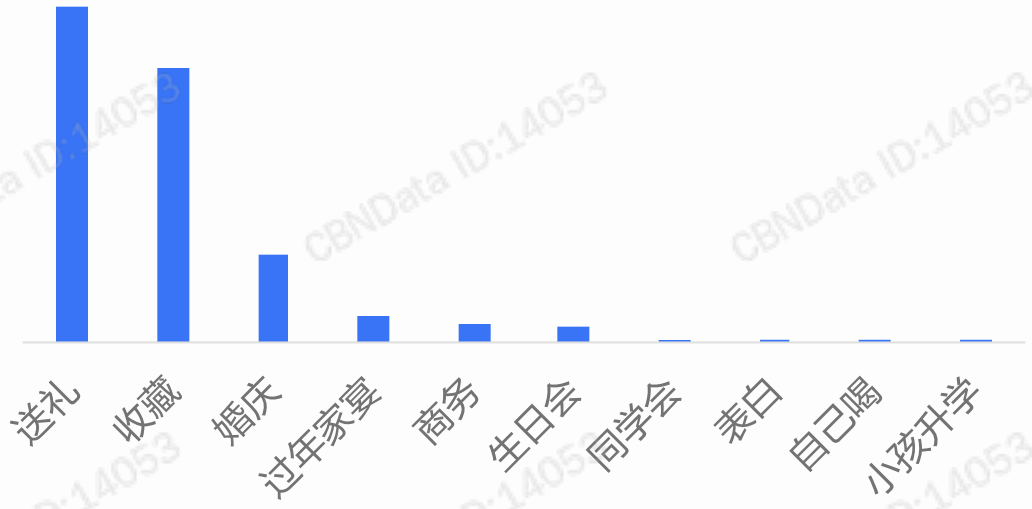
多元需求场景

CBNData ID:14053

需求场景多样，酒水送礼是年轻人的社交礼仪

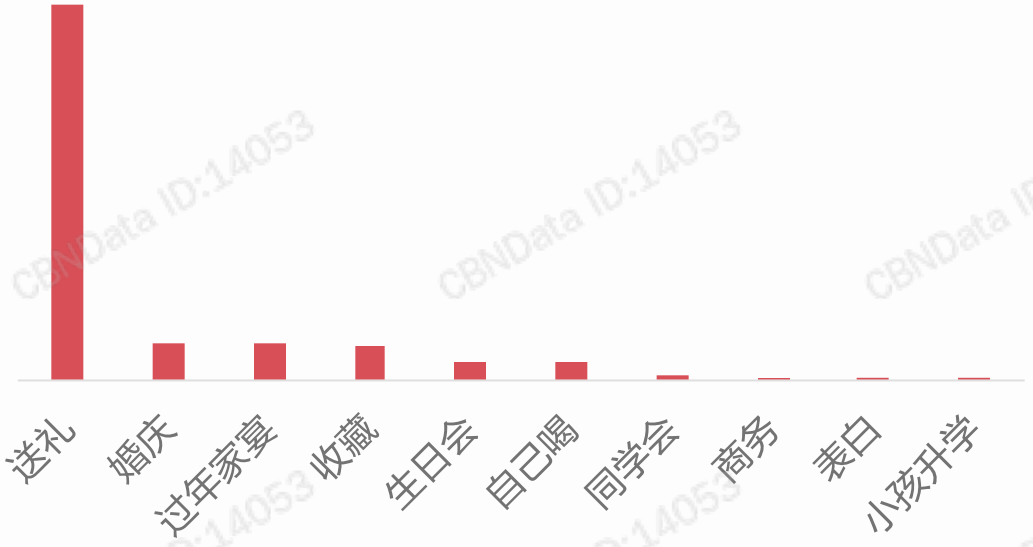
从需求场景来看，送礼、收藏是是年轻酒水消费者最主流的需求；年轻人的送礼场景背后蕴含着他们的深思熟虑，他们会通过问大家寻求相应的推荐，收藏场景下年轻人的选择更自主，而婚庆和家宴场景下年轻人的消费也是有着较多的理性考量。

MAT2020 线上酒水90/95后
消费场景相关搜索量



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上酒水90/95后
问大家相关提问量

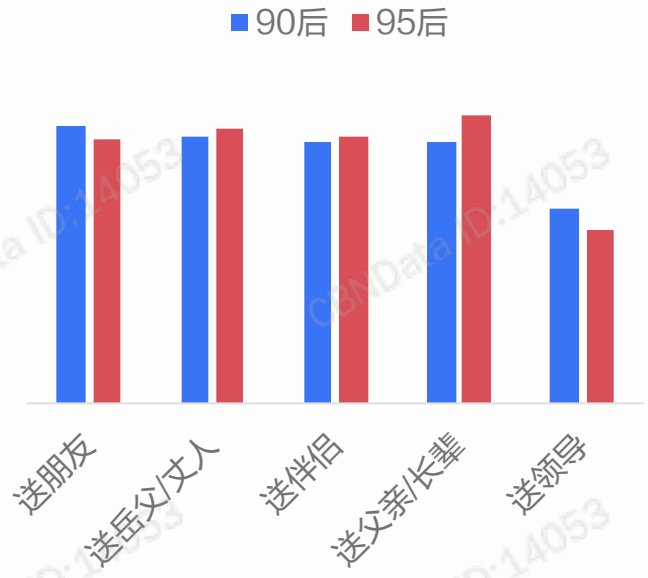


数据来源：CBNData消费大数据

送礼选择分化，年轻人擅长投其所好

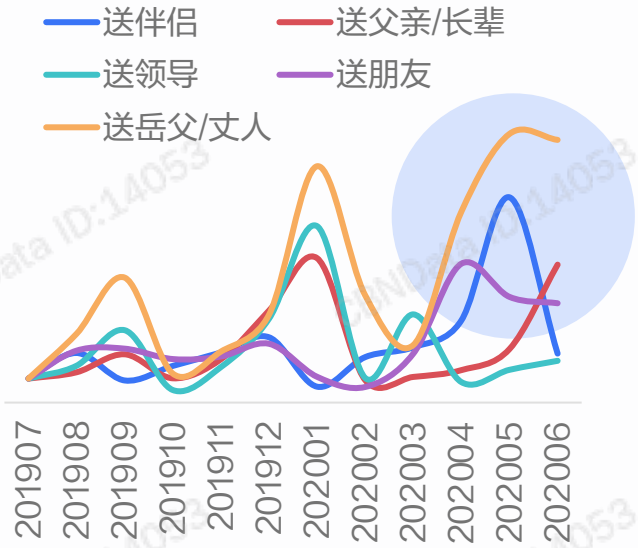
随着90/95后踏入社会或是成家立业的步伐，90/95后自身标签更加多元化，面对多样的社会关系，有了更多的送礼诉求，例如中秋、国庆、春节等节庆场合长辈及领导送礼需求增加，而自今年3月起，送岳父/丈人、送朋友、送伴侣等需求攀升，年轻人也投其所好根据场景选择相应的酒水。

MAT2020 线上酒水90/95后
送礼消费场景相关搜索量



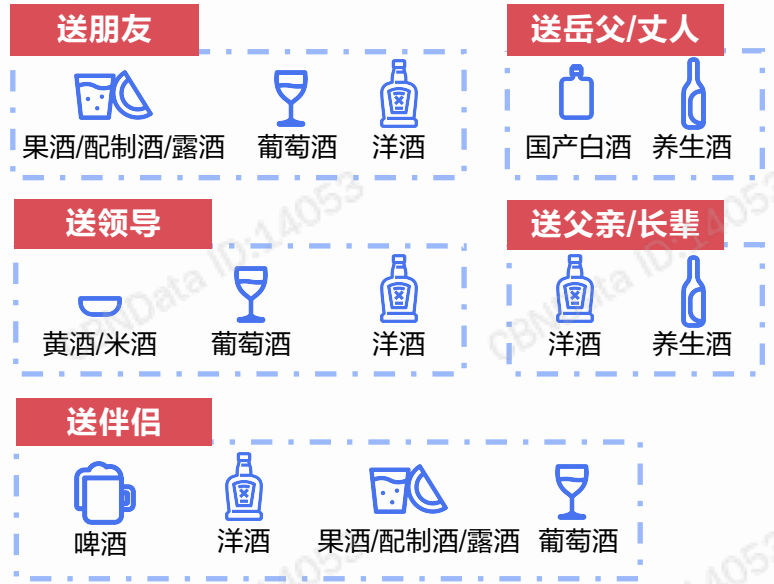
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上酒水90/95后
送礼消费场景相关搜索趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：以2019年7月搜索量指标数值作为基准月指数化处理，为了显示效果，送岳父丈人自2019年12月起数值缩小5倍

MAT2020 线上酒水90/95后
送礼场景各品类搜索偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：偏好度以TGI计算，TGI=90/95后某品类在某场景下搜索占比/90/95后该场景搜索占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

02

年轻人的酒水消费场景

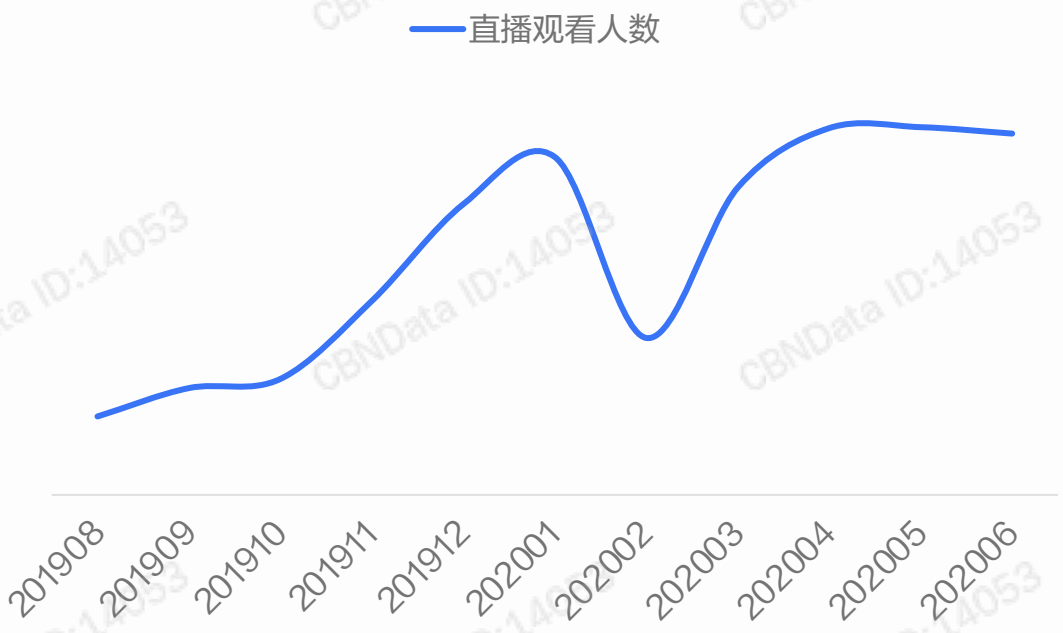
消费新场景

CBNData ID:14053

酒水行业置身直播新场景，年轻消费者热情捧场

自服装、化妆品、休闲食品等品类在直播市场收获流量后，酒水品类也在不断挖掘直播营销的价值：从2020年年初起，酒水直播场景收获显著的流量红利，虽说2月受到疫情影响，3月起酒水直播市场强势反弹，而其受众也变得相对更为年轻化，90/95后观看人数占比有所提升。

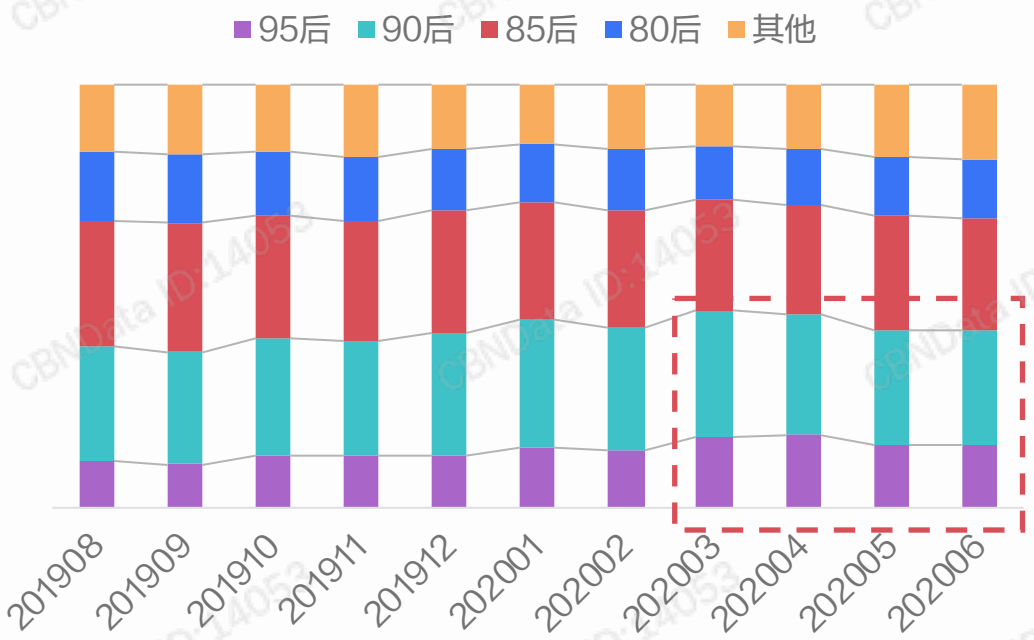
MAT2020 线上酒水直播观看人数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：直播消费人数指通过直播转换的消费，以2019年8月各指标数值作为基准月指数化处理

MAT2020 线上酒水直播各代际观看人数占比

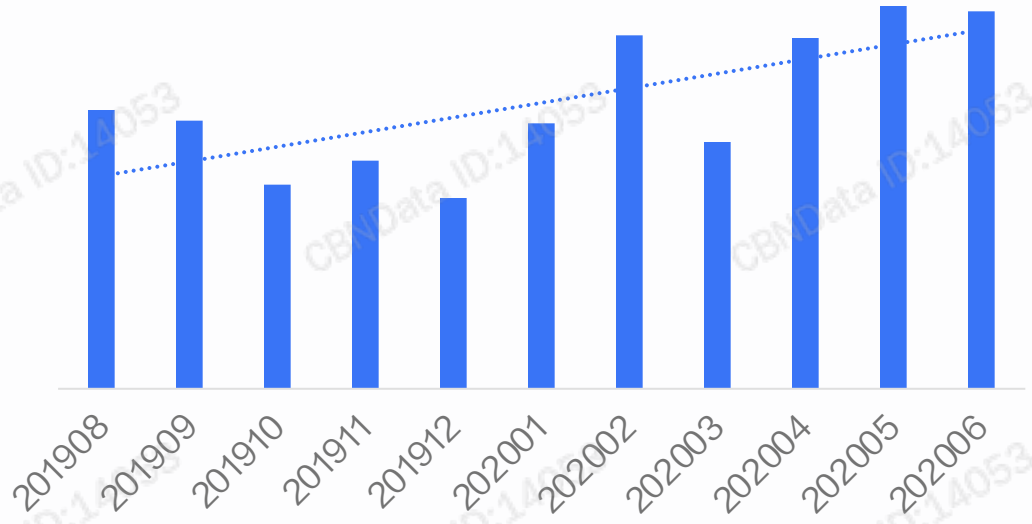


数据来源：CBNData消费大数据

年轻人在直播场景下剁手力增强，啤酒在直播中大放异彩

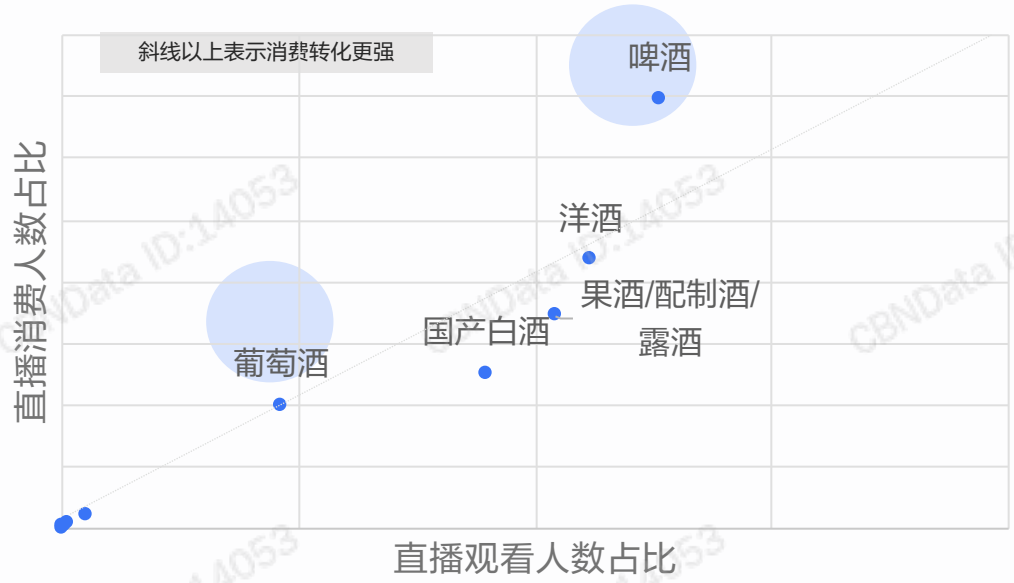
年轻消费者们在直播场景下也有着更多的参与感，逐渐尝试下单，近几月年轻消费者通过直播渠道转化的比例逐步稳步提升，啤酒、洋酒和果酒是90/95后直播场景中最主流的三个品类，此外啤酒和葡萄酒品类在直播转换中的表现相应更突出，更能激发年轻人的消费热情。

MAT2020 线上酒水直播90/95后消费转化趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费转化趋势以通过直播渠道且转化消费的消费人数/观看直播的人数

2020年6月 线上酒水直播90/95后
各品类直播观看及消费情况



数据来源：CBNData消费大数据

CHAPTER

FIVE

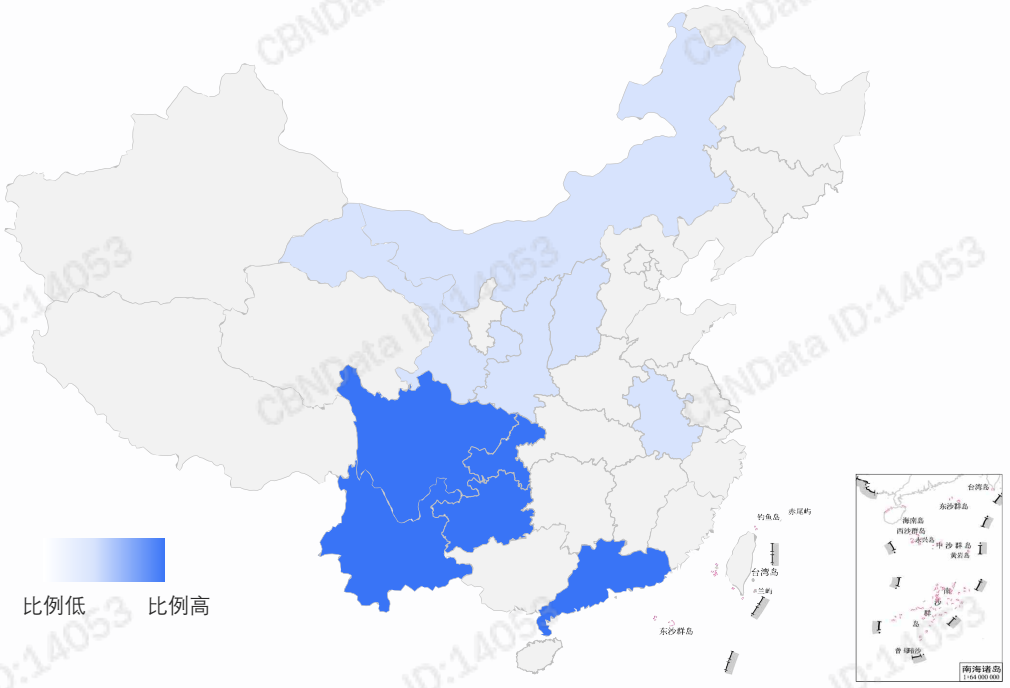
趣味数据

CBNData ID:14053

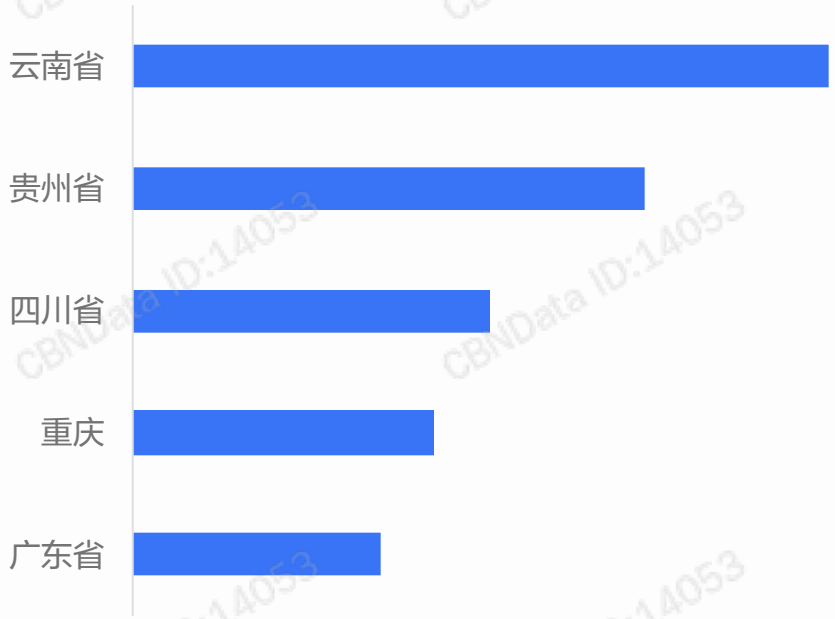
CBNDATA
第一财经商业数据中心

年轻的酒鬼聚集地：
南部地区酒水年轻化特征显著，云贵川的年轻酒鬼更多

MAT2020 线上酒水90/95后购买比例最高的省份前十



MAT2020 线上酒水90/95后购买比例最高的省份

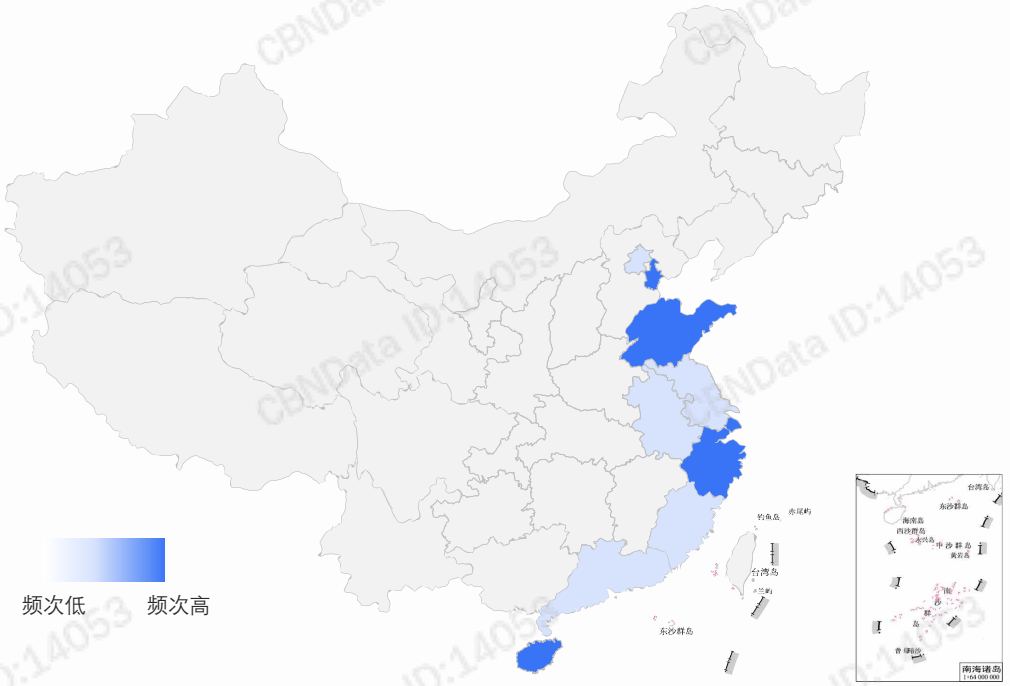


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：购买酒水品类的90/95后消费人数占整体消费人数的比例作为年轻人购买酒水的比例

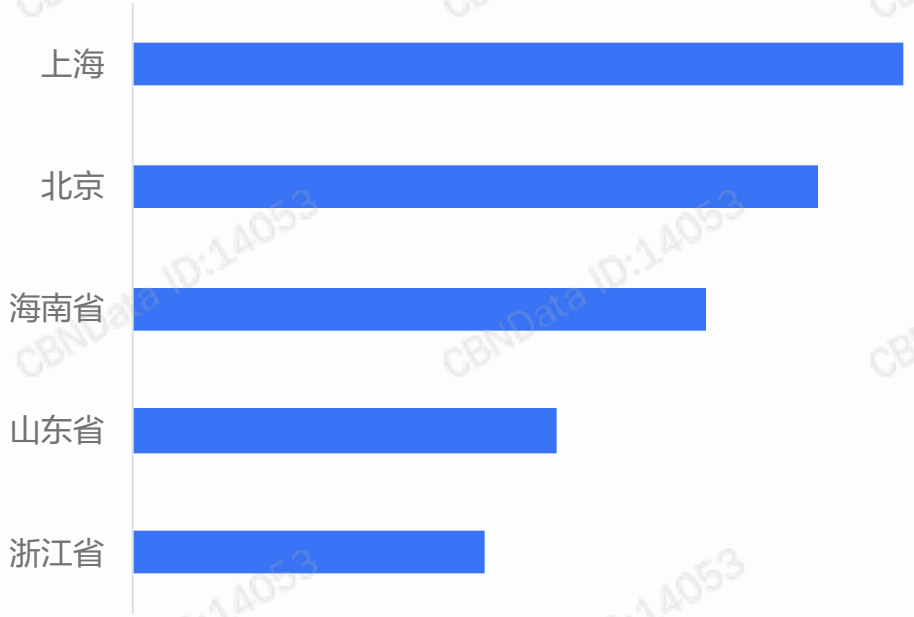
CBNDATA 第一财经商业数据中心

高频剁手的年轻酒鬼：
酒水剁手党主要聚集在东部沿海地区，上海和北京地区年轻人消费最高频

MAT2020 线上酒水90/95后消费频次最高的省份前十



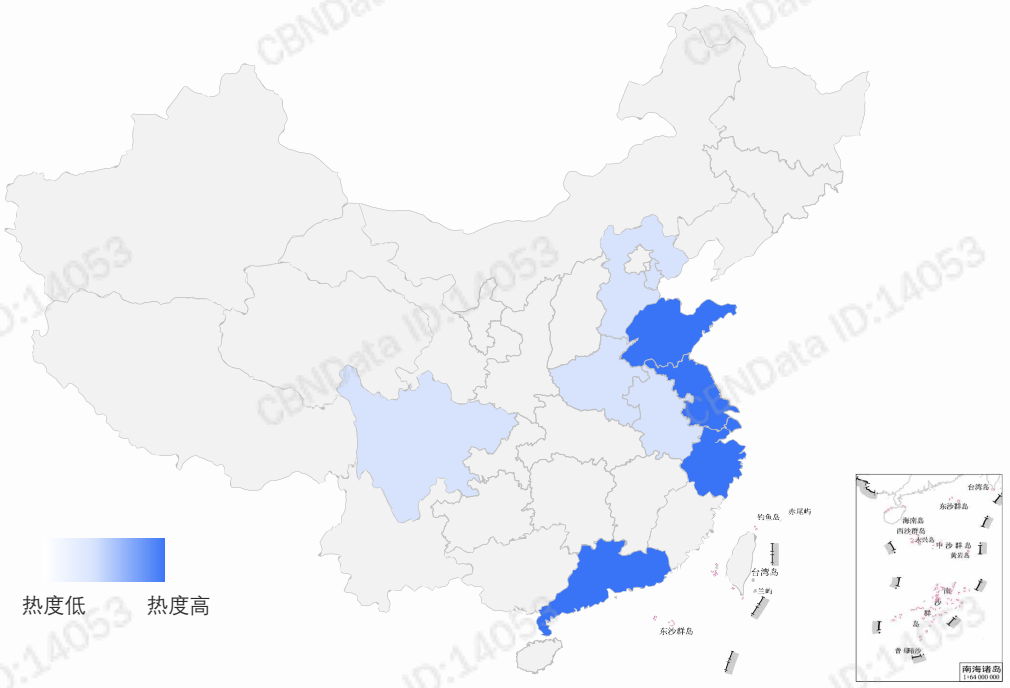
MAT2020 线上酒水90/95后消费频次最高的省份



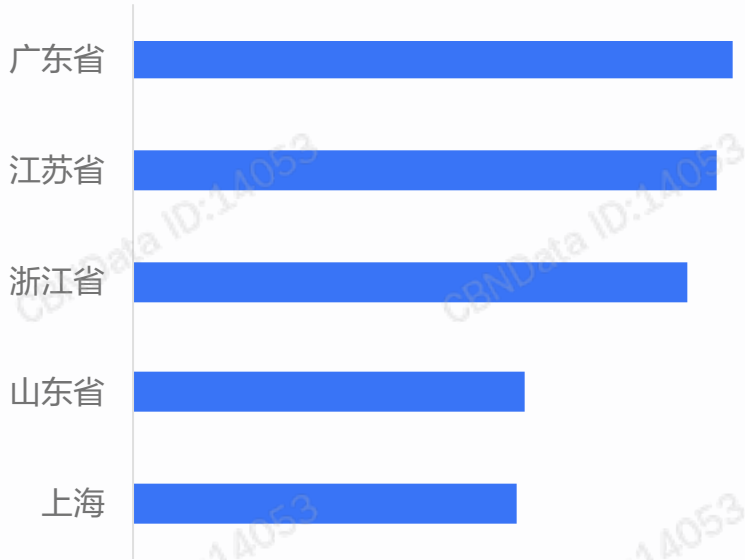
数据来源：CBNData消费大数据

年轻的直播捧场客：
广东的年轻人对酒水直播热情最高，华北地区中江苏、浙江、山东热度超上海

MAT2020 线上酒水直播90/95后观看热度最高的省份前十



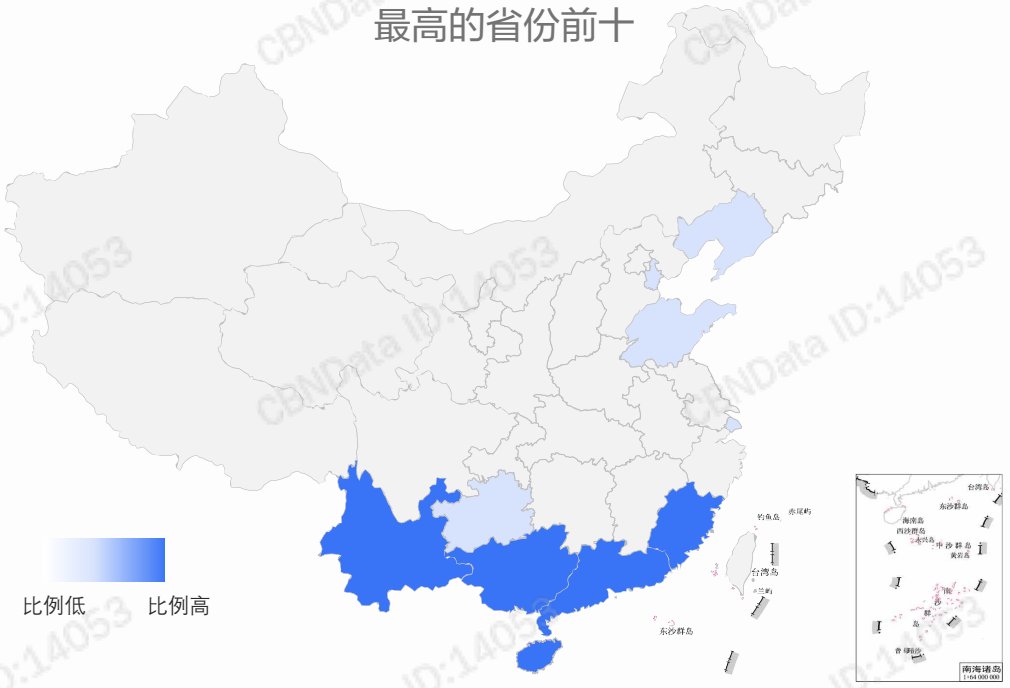
MAT2020 线上酒水直播90/95后
观看热度最高的省份



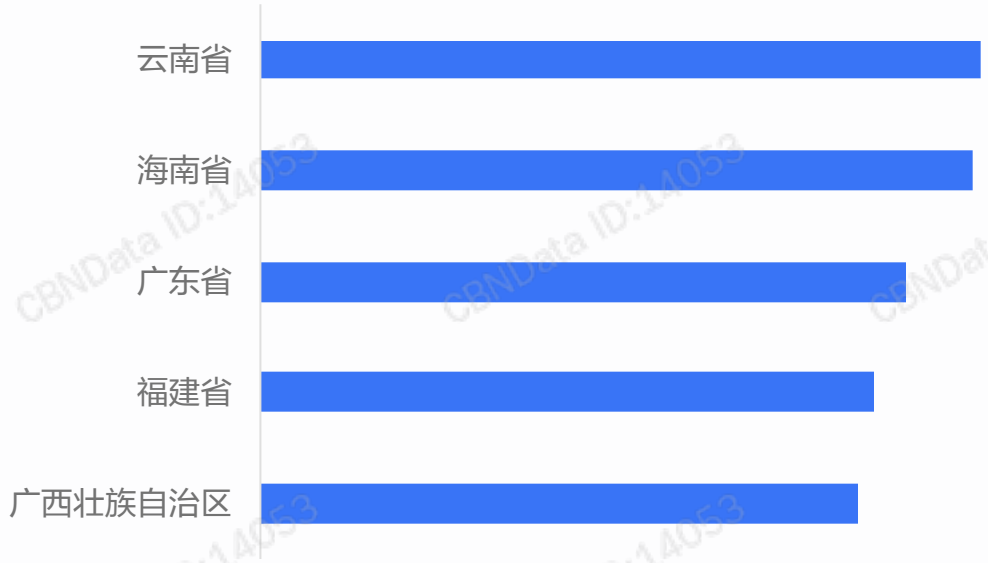
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：直播热度以各省份直播浏览量排名计算

年轻的花式嘬酒党：
越靠南、越讲究，南部地区年轻消费者们更懂得自行调酒的乐趣

MAT2020 线上90/95后酒水和调酒器类目并购人数比例最高的省份前十



MAT2020 线上90/95后酒水和调酒器类目并购人数比例最高的省份



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：并购人数比例指某地区90/95后同时购买两个类目的消费人数/该地区90/95后整体酒水消费人数

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
数据时间段: 2017.7.1-2020.6.30
MAT2018: 2017.7.1-2018.6.30
MAT2019: 2018.7.1-2019.6.30
MAT2020: 2019.7.1-2020.6.30

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

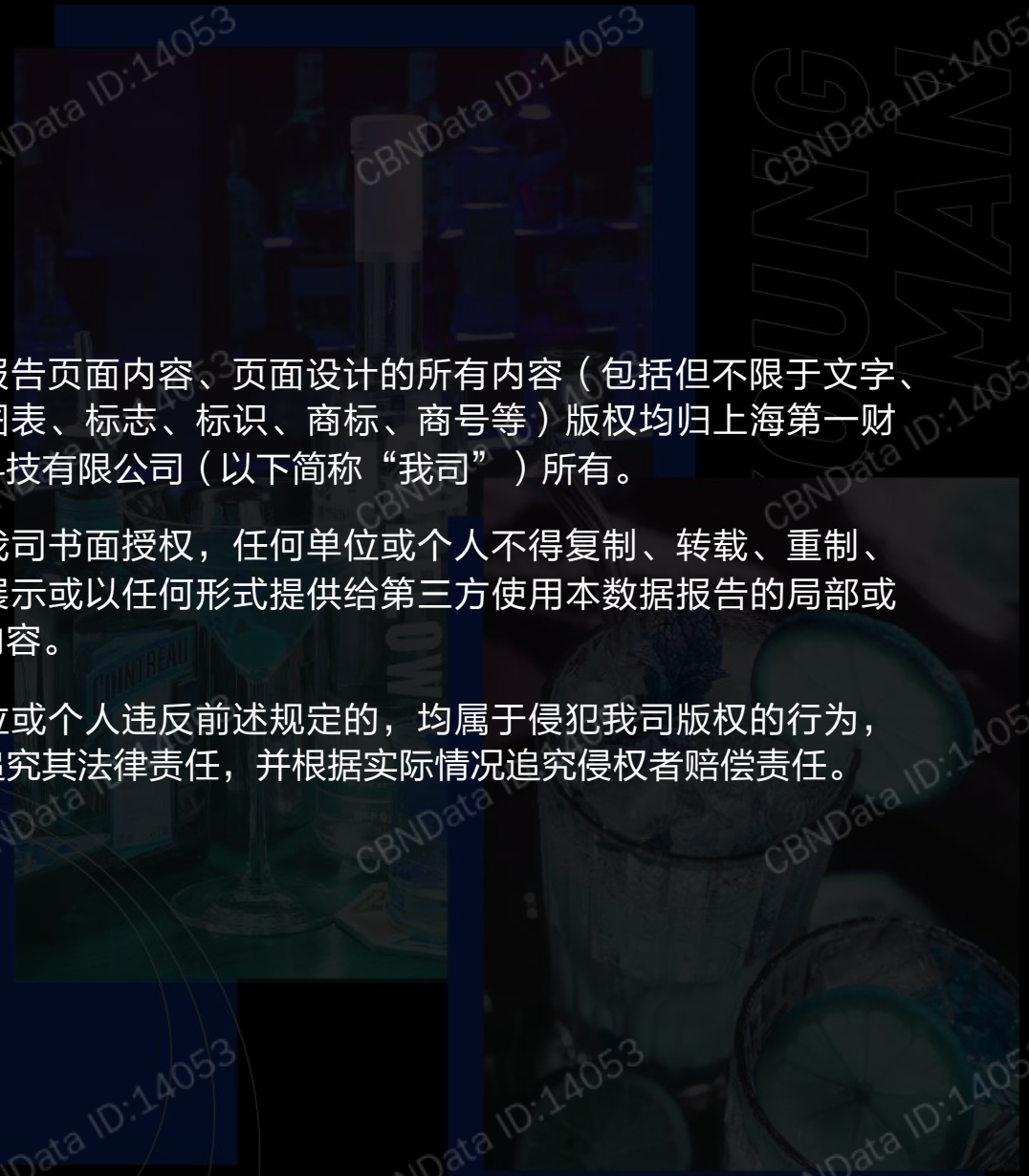
COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。



CBNData ID:14053

ABOUT US
关于我们

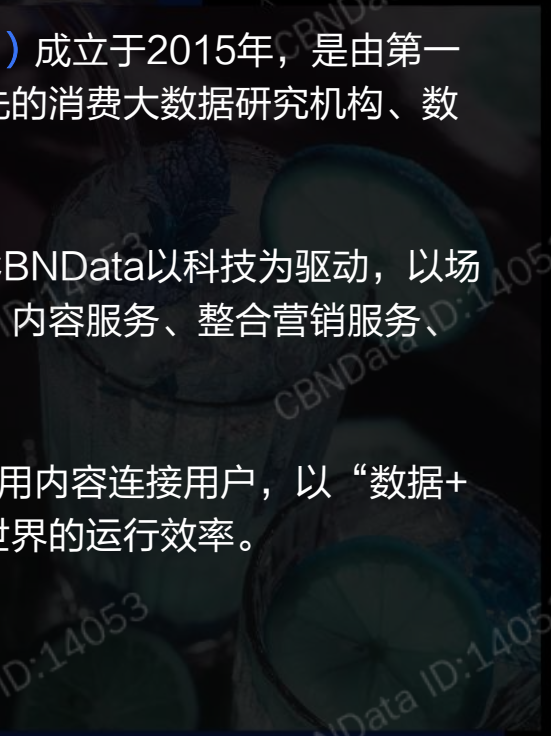
报告作者：祝依一
视觉设计：祝碧晨
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。

CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



CBNData ID:14053

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData官网

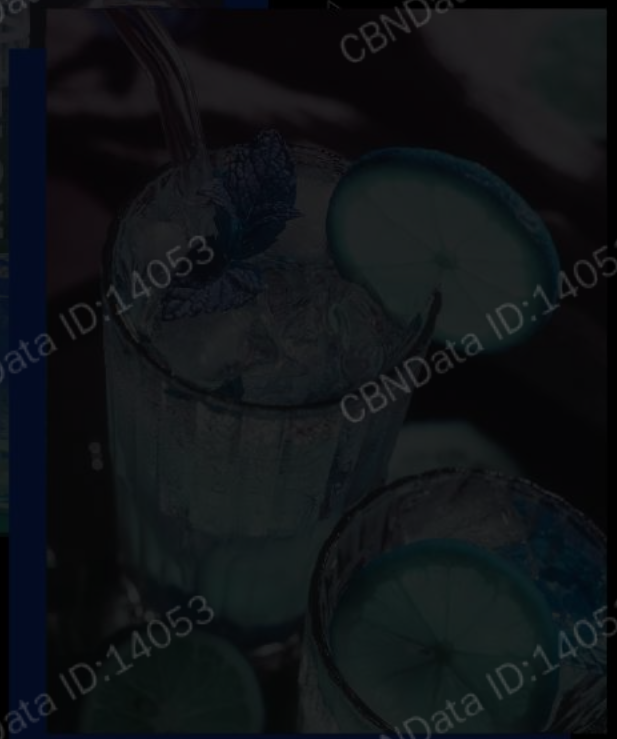
CBNData官方微信号

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察



CBNData ID:14053

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。